

COMPETITIVIDADE COMO FORTALECIMENTO PARA AS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS (MPE)

Erilângela Andrade de Sousa¹, Weder Ferreira dos Santos², Deny Alves Macêdo³, Layanni Ferreira Sodré³, Renato da Silva Vieira⁴

¹Acadêmica do Curso de Administração da Faculdade ITOP. E-mail: erilangelaandrade25@gmail.com

²Professor do Curso de Administração da Faculdade ITOP/CST Agronegócios IFTO. E-mail: eng.agricola.weder@gmail.com

³Mestranda em Agroenergia. E-mail: farm.layannisd@gmail.com; nenydam@hotmail.com

⁴Especialista em MBA Gestão Empresarial. E-mail: renato@rgfsistemas.com

Resumo: Este trabalho foi elaborado e desenvolvido para entender como é a competitividade entre as MPE, como elas têm feito para se destacarem de seus concorrentes, e o que fazem para ganharem a confiança e o respeito de seus clientes. Tendo em vista a globalização, e que as pessoas estão cada vez mais exigentes e bem informadas, buscando sempre qualidade nos produtos e na prestação de serviço. Apresenta-se primeiramente o conceito de MPE. Em seguida abordam-se quem são os Micros Empreendedores Individuais e a importância do SIMPLES para os mesmos. Debate-se o que o Micro e Pequeno Empreendedor deve fazer para garantir vantagem competitiva e como explorar esse ambiente, fazendo com que o mesmo seja favorável a rentabilidade, crescimento e maturação do negócio. Conclui-se que para garantir o fortalecimento do negócio e se tornar mais competitivo é fundamental que o empreendedor esteja sempre informado e atualizado, quanto às tendências do mercado e preferências dos consumidores e que invista em inovação.

Palavras-chave: Competitividade, Micro e Pequenas Empresas, Inovação

1. INTRODUÇÃO

A definição, mais comum e mais utilizada, é a que está na Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006. Que conforme esta lei as microempresas (ME) devem ter seu faturamento bruto anual de até 360 mil. Já para as Empresas de Pequeno Porte (EPP) o faturamento bruto anual deve ser entre R\$ 360 mil a R\$ 3,6 milhões. As MPE tem tido papel fundamental nos nossos dias, e tem concorrido não somente entre si, mas também com empresas de grande porte, podemos ver que as pessoas têm voltado o olhar e visto que não basta ser um pequeno empreendedor é preciso pensar e ver mais além.

Outra definição vem do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A entidade limita o micro às que empregam até nove pessoas no caso do comércio e serviços, ou até 19, no caso dos setores industriais ou de construção. Já as pequenas são definidas como as que empregam de 10 a 49 pessoas, no caso de comércio e serviços, e 20 a 99 pessoas, no caso de indústria e empresas de construção. Que pode ser bem visualizada na Tabela 1.

Tabela 1. Classificação e números de empregados no comércio e indústria.

Classificação (porte)	Número de empregados	
	Comércio	Indústria
Micro Empresa	01 a 09	01 a 19
Pequena Empresa	10 a 49	20 a 99
Média Empresa	50 a 99	100 a 499
Grande Empresa	100 a mais	500 a mais

Naturalmente, respeita as grandes organizações que um dia já foram pequenas, pois é nas ‘pequenas’ que residem às grandes promessas de desenvolvimento econômico e social capazes de movimentar a economia de uma nação e do planeta (MENDES, 2009).

Chiavenato (2012) define (Tabela 2) nos âmbitos federal, estadual e municipal o faturamento para que uma empresa seja considerada micro.

Tabela 2. Faturamento para uma empresa ser considerada micro

Âmbito federal	Até 96.000 UFIR de receita bruta anual → isenção do imposto de renda, isenção do PIS.
Âmbito estadual	Até 10.000 UFIR de receita bruta anual → isenção de ICMS (*) (*) Se a empresa exceder a receita bruta anual por dois anos seguidos ou por três anos alternados pagará imposto sobre o excedente da receita e perderá a característica de microempresa, tanto no âmbito estadual quanto no federal.
Âmbito municipal	Até 397 UFM de receita bruta anual → isenção de ISS De 397 a 454 UFM → 80% de isenção do ISS De 454 a 567 UFM → 60% de isenção do ISS De 567 a 624 UFM → 40% de isenção do ISS (*) O período máximo de isenção do ISS são 24 meses. A empresa que exceder esse limite perde automaticamente a característica de microempresa.

O site PORTAL do EMPREENDEDOR (2014) define: Micro Empreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. O MEI pode faturar até no máximo R\$ 60.000,00, por ano e não ser participante em outra empresa seja como sócio ou titular. O mesmo pode ter um empregado contratado onde receba salário mínimo ou o piso da categoria.

O MEI pode ter inúmeros benefícios, como: Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), com o CNPJ ele poderá ter facilidade na abertura de conta bancária, emissão de notas fiscais, e pedido de empréstimos. Ainda segundo o site o MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Confins, IPI, e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo de R\$ 37,20 (comércio ou indústria), R\$ 41,20 (prestação de serviço) R\$ 42,20 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo.

O SIMPLES – Sistema Integrado de Pagamento de Imposto e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte é previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006. Para a Empresa ingressar no Simples Nacional é necessário que siga algumas das seguintes exigências: Estar enquadrada na definição de microempresa ou empresa de pequeno porte, cumprir as condições previstas na legislação; formalizar a opção pelo Simples Nacional.

Segundo o site da Receita Federal (2014) as características principais do Regime do Simples Nacional são: Ser facultativo; ser irretroativo para todo o ano-calendário; abrange os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP); recolhimento dos tributos abrangentes mediante documento único de arrecadação – DAS; disponibilização as ME/EPP de sistema eletrônico para realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de Janeiro de 2012, constituição do crédito tributário; apresentação declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais; Prazo

para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente aquele em que houver sido auferida a receita bruta.

Possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverá recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município. O termo “empreendedor” (derivado da palavra francesa *entrepreneur*) foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que dizia ser *entrepreneur* um individuo que assume riscos.

Oportunidades não são algo que está disponível em qualquer lugar e a qualquer momento, desta forma a importância de não somente identificar oportunidades que surgem, mas também saber aproveitar essas oportunidades (CHIAVENATO, 2012).

Chiavenato (2012) ensina que vantagem competitiva significa uma condição vantajosa que você tem e que os concorrentes ainda não têm ou ainda não conseguiram alcançá-la. Em geral, a vantagem competitiva é passageira ou fugaz, pois os concorrentes costumam imitá-la ou copiá-la imediatamente.

Os autores ainda destacam que uma empresa tem vantagem competitiva quando cria mais valor econômico do que suas rivais, e valor econômico é a diferença entre os benefícios percebidos pelo consumidor associados á compra de produtos ou serviços de uma empresa e o custo para produzir e vender esses produtos ou serviços (BARNEY & HESTERLY, 2011).

Para a empresa gerar vantagem competitiva, a mesma deve conhecer bem o produto que vende a qualidade com que seus consumidores são atendidos, ou seja, deve fazer planejamento a curto, médio e longo prazos colocando em destaque o que precisa ser melhorado. Podemos observar na Tabela 3 os tipos de vantagem competitiva que podem ser geradas.

Tabela 3. Tipos de vantagem competitiva.

Vantagem competitiva: Quando uma empresa cria mais valor econômico que suas concorrentes		Paridade competitiva: Quando uma empresa cria o mesmo valor econômico que suas concorrentes.	Desvantagem competitiva: Quando uma empresa cria menos valor econômico que suas concorrentes	
Vantagens competitivas temporárias: vantagens competitivas que duram pouco	Vantagens competitivas sustentáveis: Vantagens competitivas que duram muito		Desvantagens competitivas temporárias: Desvantagens competitivas que duram pouco	Desvantagens competitivas sustentáveis: Desvantagens competitivas que duram muito.

Esse é um dos principais motivos pelo qual se deve sempre fugir do óbvio e do comum, pois os consumidores estão sempre à procura de novidades. E se todos oferecem os mesmos produtos e serviços, mas tem um que proporciona um algo a mais ou diferente esse algo pode ser o que tornará o negócio diferente dos demais, assim gerando vantagem competitiva que tanto o empreendedor procura.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia utilizada foi baseada em levantamentos a partir de dados bibliográficos. Onde a busca manual foi realizada na biblioteca das Faculdades ITOP, Objetivo e Católica do Tocantins, tendo por base principalmente nas obras dos autores MENDES e CHIAVENATO.

Os dados bibliográficos foram agregados informações obtidas em sites na internet, sendo o principal o site do SEBRAE, por ser um dos principais incentivadores das MPE.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pela trajetória teórica deste trabalho uma MPE é mais que abrir um negócio próprio e criar novos empregos. O empreendedor precisa estar atento às mudanças e flutuações que o mercado sofre todos os dias, pois é de suma importância que antes de montar o negócio o mesmo esteja bem informado em relação a impostos, documentos, deveres e direitos que o mesmo possui.

Também se compreendeu que ser empreendedor requer mais que vontade e habilidades, é preciso determinação, esforço e saber superar os desafios. O pequeno empreendedor para crescer e se tornar competitivo com empresas até mesmo de grande porte, necessita inovar e sempre está em busca de qualificação própria, e de sua equipe a fim de estar sempre preparado para as melhores oportunidades.

Foi possível verificar que competitividade para alguns autores não tem uma definição certa, mas para que as MPE criem vantagem competitiva à mesma deve proporcionar um ambiente favorável, ou seja, seus colaboradores devem se sentir preparados e qualificados para melhor atender os consumidores. Os consumidores por sua vez se sentirão bem acolhidos e atendidos, logo voltarão e divulgarão a marca para outras pessoas, criando assim vantagem competitiva.

Dando seguimento a este raciocínio as MPE devem selecionar bem seus fornecedores, adquirir e oferecer produtos de qualidade a um preço justo. Os fornecedores podem se tornar fortes aliados para os empreendedores ofertando produtos a um preço mais viável. Constatou-se que os consumidores são fundamentais para o desenvolvimento do negócio, daí o porquê de se conhecer tão bem os clientes e suas necessidades, o que os impulsiona a compra do produto/serviço. Os consumidores podem ser um dos principais fatores para garantir a vantagem competitiva, já que os mesmos são os principais divulgadores da marca.

Os concorrentes raramente trabalharão como aliados, já que a disputa pela maior fatia de mercado é um dos principais focos dos empresários. Vemos que é nesse ambiente que o grau de competitividade se torna mais elevado, já que a empresa precisa conquistar novos clientes para o negócio e ainda fidelizar os atuais. Caso a empresa não ofereça produtos e serviços de qualidade e com inovação ela acaba perdendo clientes para os concorrentes.

Observávamos ao longo do trabalho que inovação tem sido uma das principais ferramentas para os MPE se destacarem dos seus concorrentes. Independente do porte da empresa, a concorrência é o principal estímulo para a inovação, não é que ela deve estar somente nos produtos ofertados ou na qualidade do serviço que é prestado, mas a mesma deve estar em todas as áreas da empresa, só assim o empreendedor poderá conquistar e alcançar o diferencial que tanto almeja.

Finalizando vemos que competitividade vem a fortalecer as MPE, pois os consumidores estão sempre em busca de novidades, e irá se destacar dos demais concorrentes aquele que estiver mais bem preparado para oferecer produtos/serviços de qualidade. E o que os empreendedores precisam sempre, é estarem sempre bem informados e atualizados, proporcionando sempre o desenvolvimento do seu negócio.

6. CONCLUSÕES

Diante do que foi percorrido no desenvolvimento deste trabalho, reafirma-se que competitividade é um preponderante para que as MPE busquem qualidade em todos os processos dentro da empresa, haja vista que para se destacarem e se fortalecerem é indispensável que as mesmas invistam em inovação.

Sugere-se que a pesquisa sirva como instrumento de reflexão para as MPE, aonde as mesmas venham explorar o ambiente competitivo, encontrem nesse ambiente uma proposta de melhorias e crescimento.

Espera-se ainda que o tema inovação de produtos, serviços e até mesmo de processos dentro das MPE sirva como inspiração para futuras pesquisas. Pois em um ambiente onde todos competem por se tornarem melhores e se destacarem dos concorrente é fundamental investimento em inovação.

REFERÊNCIAS

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. 3ªed. São Paulo: Pearsom Prentice Hall, 2011.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4ªed. São Paulo: Manole, 2012.

MENDES, J. **ManualdoEmpreendedor: Como construir um Empreendedorismo de Sucesso**. São Paulo: Editora Atlas S.A. 2009.

Portal do Empreendedor. **O que é? Definição do Micro empreendedor Individual**. Disponível em: <portaldoeempreendedor.gov.br>. Acesso em: 24 Ago. 2014

Simple Nacional. **O que é o Simples Nacional?** Disponível em: <www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/SobreSimples.aspx>. Acesso em: 26 Ago. 2014.