

CAPÍTULO 15

PRODUTOS PERSONALIZADOS: UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO



<https://doi.org/10.22533/at.ed.7841625190215>

Data de aceite: 15/05/2025

Solange Pereira dos Santos Farah

Docente Mestre da Fatec Sertãozinho dos cursos de Gestão Empresarial EaD, Tecnologia em Mecânica e Tecnologia em Manutenção

Cristiele Mazzaro Mendes dos Santos

Graduação em Gestão Empresarial Ead pela Fatec São Paulo

Hadassa Medeiros de Lima

Graduação em Gestão Empresarial Ead pela Fatec São Paulo

Isabela Mayara Rocha da Costa

Graduação em Gestão Empresarial Ead pela Fatec São Paulo

Luciene Medeiros Rodrigues Calvo

Graduação em Gestão Empresarial Ead pela Fatec São Paulo

Sara Meira de Souza

Graduação em Gestão Empresarial Ead pela Fatec São Paulo

RESUMO: A pandemia trouxe impactos desafiadores em todos os segmentos, não deixando dúvidas de como o mundo dos negócios precisou se remodelar, através de novas alternativas de vendas ou por

meio de novos produtos, quando a retração econômica foi impiedosa, principalmente para os microempreendedores. O presente trabalho objetiva entender as ações de uma Microempreendedora, que diante do cenário pandêmico e de perdas econômicas, teve que se adaptar rapidamente, aceitando os novos paradigmas e se adequando a nova realidade. O trabalho se deu através de uma pesquisa de um estudo de caso de uma empresa do segmento de brindes personalizados que, diante dos desafios apresentados, buscou novos mecanismos de vendas, estratégias de marketing e inovação no produto, tudo para manter seu negócio ativo. A metodologia utilizada para a realização deste estudo se deu por meio entrevista aplicada à empreendedora com levantamento de informações e dados relevantes, por meio de resultados apresentados que contribuirão para o entendimento das ações tomadas pela empreendedora e que permitirão ao leitor analisar e compreender os fatores que fizeram deste novo cenário o sucesso do negócio.

PALAVRAS-CHAVE:

Brindes.

Microempreendedor. Pandemia.

INTRODUÇÃO

A dinâmica do mundo empresarial contemporâneo tem sido permeada pelo fenômeno do empreendedorismo, uma trilha promissora para aqueles que buscam não apenas sobreviver, mas prosperar em um ambiente de constante mudança e desafios. Este trabalho se propõe a mergulhar nas complexidades da jornada empreendedora, desde o início até os desafios diários enfrentados pelos pequenos empresários na busca pelo sucesso. Em um contexto em que a inovação e a diferenciação são imperativas, a simples posse de uma ideia inovadora não é garantia suficiente para o triunfo no universo empresarial altamente competitivo (Silva, 2024).

A literatura de empreendedorismo, como destacada por Shane (2003), enfatiza que a verdadeira essência do empreendedorismo reside na capacidade de identificar oportunidades e na disposição de assumir riscos calculados. Isso implica que a concepção de uma ideia inovadora é apenas o ponto de partida, sendo crucial uma abordagem estratégica e resiliente para superar os obstáculos inerentes ao empreendedorismo.

No âmbito desse desafiante cenário, constata-se que muitos empreendedores enfrentam dificuldades consideráveis nos primeiros anos de suas operações, levando ao fechamento prematuro de suas empresas. Essa realidade é ressaltada por Shane (2003), que destaca a falta de planejamento, recursos financeiros limitados, a capacitação insuficiente do empreendedor e a ausência de um plano de negócios adaptado à realidade do cotidiano como fatores cruciais nesse contexto.

A pandemia global alterou significativamente o panorama do empreendedorismo. Dados do Portal do Empreendedor do Governo Federal (2020) evidenciam que, entre o final de fevereiro e o fim de setembro de 2020, mais de 1,1 milhão de formalizações foram registradas, sinalizando um aumento significativo de 14,8% na quantidade de Microempreendedores Individuais (MEI) no Brasil em comparação com o mesmo período do ano anterior.

No intuito de aprofundar a compreensão sobre os aspectos e paradigmas do empreendedorismo, este trabalho também se apoia em dados da Global Entrepreneurship Monitor GEM (2021), uma iniciativa coordenada pela London Business School e pelo Babson College.

Em paralelo a essa análise global, este trabalho incorpora um estudo de caso específico, trazendo à luz a experiência de uma empreendedora paulista atuante no segmento de brindes. O intuito é compreender os desafios enfrentados por essa empreendedora em meio à estagnação do faturamento, o impacto do período pandêmico e as estratégias adotadas para superar a crise.

O cenário empreendedor no Brasil tem demonstrado um crescimento significativo, especialmente entre os microempreendedores individuais (MEIs). Dados do Portal do Empreendedor indicam que, entre o final de fevereiro e setembro de 2020, houve um aumento de 14,8% no número de formalizações de MEIs, atingindo 10,9 milhões de registros. Este crescimento expressivo reflete uma adaptação rápida e necessária devido à pandemia da COVID-19, que forçou muitos a buscar alternativas de sustento diante de demissões em massa e fechamento de empresas. O ambiente desafiador exigiu que indivíduos se reinventassem, encontrando no empreendedorismo uma solução para a continuidade de suas vidas profissionais (Oliveira, 2023).

A pandemia, além de evidenciar a fragilidade de muitos negócios estabelecidos, também destacou a resiliência e a capacidade de inovação dos empreendedores brasileiros. Muitos viram no empreendedorismo uma oportunidade não apenas para sobreviver, mas para prosperar em um novo contexto econômico. Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2021, o Brasil, apesar dos inúmeros desafios econômicos e sociais, continua a apresentar uma alta Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) (Santos, 2023).

Além disso, a GEM destaca a importância da educação e capacitação para o sucesso dos empreendedores. Segundo o relatório, 14,1% dos novos empreendedores buscaram conhecimento e capacitação através de instituições especializadas, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). O SEBRAE, em particular, tem desempenhado um papel crucial ao oferecer cursos, workshops, consultorias e suporte técnico que ajudam os empreendedores a desenvolverem habilidades essenciais para a gestão e crescimento de seus negócios (Lima, 2023).

Este movimento de busca por capacitação é crucial, pois empreender no Brasil implica navegar por um ambiente complexo e desafiador. Questões como burocracia, alta carga tributária e dificuldades de acesso ao crédito são apenas alguns dos obstáculos enfrentados pelos empreendedores. A educação e o treinamento fornecem as ferramentas necessárias para superar esses desafios, permitindo que os empreendedores se adaptem rapidamente às mudanças do mercado e implementem estratégias eficazes de crescimento. A formalização do empreendedorismo por meio da criação de MEIs também tem um impacto significativo na economia local e nacional. Ao formalizarem seus negócios, os empreendedores têm acesso a benefícios como crédito bancário, previdência social e maior segurança jurídica. Além disso, a formalização contribui para a arrecadação de impostos e para a criação de empregos, fortalecendo a economia e promovendo o desenvolvimento social (Silva, 2023).

METODOLOGIA

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa para explorar a experiência da empreendedora em um contexto específico, concentrando-se em sua jornada no empreendedorismo na cidade de São Paulo. A metodologia qualitativa permitiu uma compreensão mais profunda dos desafios enfrentados pela empreendedora e das nuances do ambiente empreendedor local.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foram conduzidas entrevistas semiestruturadas com a empreendedora. Essas entrevistas permitiram uma exploração detalhada de suas experiências, percepções, desafios e estratégias adotadas ao longo de sua jornada empreendedora. A escolha da entrevista semiestruturada proporcionou flexibilidade para explorar tópicos emergentes durante as interações. Após a coleta de dados, foi realizada uma análise de conteúdo para identificar padrões e temas das entrevistas. Essa análise qualitativa permitiu uma compreensão aprofundada das experiências compartilhadas pela empreendedora, destacando os principais desafios enfrentados e as estratégias adotadas para superá-los.

Os resultados permitiram uma reflexão sobre as implicações dos achados para a compreensão do empreendedorismo na cidade de São Paulo e para o desenvolvimento de políticas e práticas que possam apoiar os empreendedores locais.

RESULTADOS

Desafios e oportunidades no setor de brindes personalizados

O setor de brindes personalizados no Brasil é caracterizado principalmente por micro e pequenos empreendedores, com 96% das empresas empregando até cinco funcionários. Este setor tem demonstrado um crescimento constante, com um faturamento anual aproximado de R\$ 7 bilhões e cerca de 3.500 empresas ativas. As empresas desse segmento têm adotado estratégias de marketing criativas para se destacarem, como promoções e brindes personalizados, sendo corroborado por uma pesquisa da Associação de Marketing Promocional (Ampro), onde 88% dos empresários entrevistados utilizam essas estratégias para atrair e fidelizar clientes.

O crescimento do setor de brindes personalizados pode ser atribuído a diversos fatores. Um deles é a crescente demanda por itens exclusivos que agregam valor e personalização, tanto por consumidores individuais quanto por empresas. Com a personalização, as empresas conseguem criar uma conexão emocional com seus clientes, fortalecendo a lealdade à marca. Além disso, a utilização de brindes como parte de estratégias de marketing promocional tem se mostrado eficaz na captação e retenção de clientes, proporcionando um diferencial competitivo.

O período da pandemia apresentou desafios significativos para o setor, como a interrupção das cadeias de suprimentos e a redução de eventos corporativos, que são grandes consumidores de brindes personalizados. Contudo, os empreendedores do setor mostraram resiliência ao se adaptarem rapidamente às novas condições de mercado. Muitos passaram a oferecer serviços complementares, como apenas a estamparia de produtos fornecidos pelos clientes ou a venda de serviços de impressão individualizada, ampliando seu portfólio e atraindo novos segmentos de mercado.

A diversificação dos produtos e serviços oferecidos é uma estratégia crucial para os empreendedores do setor de brindes personalizados. Ao ampliar a gama de produtos, desde itens de escritório a artigos de uso pessoal, as empresas conseguem atender a um espectro mais amplo de necessidades e preferências dos clientes. A customização também desempenha um papel vital, pois permite que os produtos sejam ajustados para atender às especificações exatas dos clientes, aumentando a percepção de valor e satisfação.

A adoção de novas tecnologias de produção tem sido um diferencial importante para as empresas de brindes personalizados. Tecnologias como impressão 3D, corte a laser e impressão digital avançada permitem a criação de produtos com alto grau de personalização e complexidade. Essas tecnologias não só aumentam a eficiência da produção, mas também reduzem custos e melhoram a qualidade dos produtos, tornando-os mais competitivos no mercado.

Com a crescente conscientização sobre questões ambientais, muitas empresas de brindes personalizados estão adotando práticas sustentáveis. Isso inclui a utilização de materiais recicláveis, processos de produção ecológicos e a oferta de produtos sustentáveis. Essas práticas não só atraem clientes conscientes, mas também contribuem para a construção de uma imagem positiva da marca. A responsabilidade social, como apoio a causas comunitárias e participação em projetos sociais, também tem sido uma estratégia para diferenciar as empresas no mercado.

Apesar das oportunidades, o setor de brindes personalizados enfrenta vários desafios operacionais. A burocracia para a formalização e manutenção de micro e pequenas empresas no Brasil pode ser um obstáculo, assim como a alta carga tributária. Além disso, o acesso limitado a linhas de crédito e financiamento pode restringir a capacidade de investimento em tecnologia e expansão. As empresas também precisam enfrentar a intensa concorrência e a constante necessidade de inovação para se manterem relevantes no mercado.

Em resumo, o setor de brindes personalizados no Brasil apresenta um cenário de crescimento e inovação contínuos, impulsionado por estratégias de marketing criativas, diversificação de produtos e adoção de novas tecnologias. No entanto, os empreendedores do setor também enfrentam desafios significativos que exigem resiliência, adaptação e uma abordagem estratégica para garantir o sucesso e a sustentabilidade de seus negócios.

Estudo de Caso: Empreendedora paulistana no segmento de brindes

Este trabalho é um estudo de caso específico para ilustrar os desafios e estratégias de sucesso no setor de brindes personalizados. A empreendedora em questão enfrentou estagnação no faturamento e o impacto da pandemia de COVID-19. Para superar esses desafios, ela adotou diversas estratégias, tais como diversificação de serviços e intensificação de ações de marketing.

A empreendedora paulistana, proprietária de uma empresa de brindes personalizados, viu seu faturamento estagnar nos anos anteriores à pandemia. Com a chegada da COVID-19, a situação se agravou devido à diminuição de eventos corporativos e festas, que são os grandes consumidores de brindes. A necessidade de reinvenção se tornou urgente, levando a empresária a buscar novas formas de manter seu negócio ativo e competitivo.

A intensificação das ações de marketing foi outra estratégia crucial. A empresária investiu em anúncios pagos nas redes sociais, visando alcançar um público mais amplo e específico. A utilização de técnicas de marketing também foi implementada, com o envio de promoções e novidades para os clientes existentes, mantendo-os engajados e incentivando novas compras. Estas ações contribuíram significativamente para aumentar a visibilidade da empresa e atrair novos clientes.

Durante a pandemia, a mudança na carteira de clientes foi uma necessidade. A empreendedora identificou novas oportunidades em setores que se mantiveram ativos, como o comércio eletrônico e empresas de tecnologia, que continuaram a necessitar de brindes para seus funcionários e parceiros. Adaptar-se rapidamente às mudanças do mercado foi essencial para a sobrevivência e crescimento do negócio durante um período tão desafiador.

Além das adaptações de mercado, a empreendedora investiu em capacitação pessoal e da equipe. A participação em cursos online sobre marketing digital, gestão financeira e inovação em produtos personalizados foi fundamental para atualizar conhecimentos e implementar novas estratégias de forma eficaz. A busca contínua por conhecimento e aprimoramento das habilidades gerenciais fortaleceu a capacidade da empresa de enfrentar adversidades e se destacar no mercado.

A abordagem personalizada ao atendimento ao cliente também foi intensificada. A empresária adotou uma política de feedback constante, ouvindo atentamente as necessidades e sugestões dos clientes para aprimorar os produtos e serviços oferecidos. Essa proximidade não só aumentou a satisfação e fidelização dos clientes, mas também gerou um boca a boca positivo, atraindo novos consumidores através de recomendações.

Outro fator importante foi a otimização dos processos internos. A implementação de tecnologias de gestão e automação permitiu aumentar a eficiência operacional, reduzindo custos e tempos de produção. Ferramentas de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) foram integradas para melhor organizar e acompanhar os pedidos, garantindo um serviço de alta qualidade e dentro dos prazos estabelecidos.

Em suma, a história dessa empreendedora paulista destaca a importância da resiliência e da capacidade de adaptação em tempos de crise. A diversificação dos serviços, a intensificação das ações de marketing, a mudança na carteira de clientes, a capacitação contínua, o atendimento personalizado e a otimização dos processos internos foram elementos chave que permitiram não só a sobrevivência, mas também o crescimento do negócio. Este caso ilustra como a combinação de estratégias bem planejadas e a disposição para inovar podem transformar desafios em oportunidades, garantindo o sucesso sustentável de um empreendimento no competitivo mercado de brindes personalizados.

Diversificação de Serviços

Inicialmente, focada na produção e venda de brindes personalizados, a empreendedora ampliou seu leque de serviços durante a pandemia. Além das gravações junto aos produtos, ela passou a oferecer apenas o serviço de estamparia para clientes que forneciam seus próprios produtos, bem como serviços exclusivos de impressão e gravação. Esta diversificação não só aumentou a base de clientes, como também permitiu uma maior flexibilidade operacional e redução de custos com estoque.

Uma das primeiras medidas adotadas foi a diversificação dos serviços oferecidos. Além de fornecer produtos personalizados completos, ela passou a oferecer serviços específicos, como a estamparia e a gravação de produtos fornecidos pelos próprios clientes. Essa estratégia permitiu a ampliação da base de clientes, incluindo aqueles que já possuíam produtos, mas buscavam personalizá-los, aumentando, assim, as fontes de receita.

A estratégia de diversificação foi uma resposta direta à necessidade de adaptar o negócio às novas condições do mercado. Com eventos e encontros corporativos sendo cancelados, a demanda por brindes personalizados caiu drasticamente. No entanto, ao oferecer serviços especializados como estamparia e gravação, a empreendedora conseguiu atrair clientes que precisavam personalizar produtos que já possuíam. Esta abordagem não só manteve o fluxo de caixa durante um período difícil, mas também criou novas oportunidades de negócios.

Além de diversificar os serviços, a empresária investiu na modernização de suas máquinas e equipamentos para oferecer uma gama maior de técnicas de personalização. Isso incluiu a aquisição de impressoras de alta definição e máquinas de gravação a laser, permitindo a produção de brindes de alta qualidade com maior eficiência. A modernização não só melhorou a qualidade dos produtos, mas também aumentou a capacidade de produção, possibilitando a aceitação de pedidos maiores e mais complexos.

A flexibilidade operacional foi outro benefício significativo da diversificação de serviços. Com uma gama mais ampla de serviços, a empresa pôde ajustar suas operações e acordo com as flutuações na demanda. Durante períodos de baixa demanda por produtos personalizados completos, os serviços de estamparia e gravação mantiveram a produção em andamento. Esta flexibilidade ajudou a minimizar os impactos financeiros da pandemia e a manter a equipe empregada.

A redução de custos com estoque foi uma vantagem adicional. Ao oferecer serviços de personalização em produtos fornecidos pelos clientes, a necessidade de manter um grande estoque de itens brutos foi significativamente reduzida. Isso não só diminuiu os custos operacionais, mas também liberou capital para investimentos em outras áreas, como marketing e desenvolvimento de novos produtos.

A diversificação também abriu portas para parcerias com outras empresas. A empreendedora firmou acordos com fabricantes de produtos que precisavam de personalização, proporcionando uma fonte constante de trabalho e fortalecendo as relações comerciais. Essas parcerias foram cruciais para a sustentabilidade do negócio durante os períodos de incerteza econômica.

Outro aspecto importante foi a adaptação dos serviços às necessidades específicas de diferentes setores. Por exemplo, a personalização de equipamentos de proteção individual (EPIs) tornou-se uma área de grande demanda durante a pandemia. A empresária rapidamente identificou essa oportunidade e começou a oferecer serviços de gravação e estamparia para máscaras, jalecos e outros EPIs, atendendo tanto a empresas quanto a consumidores individuais preocupados com a segurança e a personalização de seus itens.

Por fim, a diversificação de serviços não apenas ajudou a empresa a sobreviver à crise, mas também a prosperar. A capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças no mercado e oferecer uma variedade de serviços personalizados garantiu uma base de clientes mais ampla e fiel. Essa adaptabilidade e resiliência são exemplares de como pequenas e médias empresas podem navegar por crises e emergirem mais fortes, preparadas para aproveitar novas oportunidades de crescimento.

Ações de Marketing

A implementação de ações de marketing mais agressivas e direcionadas desempenhou um papel fundamental no crescimento da empresa. Reconhecendo a importância de aumentar a visibilidade da marca, a empreendedora adotou uma abordagem proativa ao utilizar anúncios pagos em plataformas digitais. Essa estratégia permitiu que a empresa alcançasse um público mais amplo e segmentado, aumentando as chances de atrair novos clientes interessados nos serviços oferecidos.

Além dos anúncios pagos, a empresária investiu em campanhas de email marketing como uma forma de manter um contato regular e direto com os clientes existentes. Enviando promoções e novidades diretamente às caixas de entrada dos clientes, a empresa conseguiu não apenas manter os clientes informados sobre os produtos e serviços disponíveis, mas também estimular ações de compra recorrentes. Essa estratégia não apenas aumentou a taxa de retenção de clientes, mas também contribuiu significativamente para a fidelização, construindo relacionamentos mais fortes e duradouros com a clientela.

O marketing digital ofereceu à empresa a capacidade de segmentar seu público-alvo com precisão e medir o desempenho das campanhas em tempo real. Isso permitiu ajustes rápidos e refinamentos nas estratégias de marketing com base nos dados e feedbacks obtidos. Como resultado, a empresa pôde otimizar continuamente suas campanhas para maximizar o retorno sobre o investimento e alcançar resultados ainda melhores.

Além das estratégias online, a empreendedora também explorou oportunidades de marketing offline, participando de feiras e eventos locais. Essas iniciativas proporcionaram uma plataforma para promover diretamente os produtos e serviços da empresa, bem como para estabelecer conexões pessoais com clientes em potencial. A participação em eventos presenciais complementou as estratégias digitais, ajudando a construir confiança e credibilidade no mercado local.

É importante destacar que, embora as ações de marketing tenham sido essenciais para aumentar a visibilidade e impulsionar o crescimento da empresa, sua eficácia foi amplificada pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos. A empresa manteve um compromisso contínuo com a excelência e a satisfação do cliente, garantindo que cada interação com a marca fosse positiva e memorável. Isso contribuiu para uma reputação sólida e boca-a-boca positivo, reforçando ainda mais o impacto das estratégias de marketing implementadas.

Comparação com empreendimentos não bem-sucedidos

Ao comparar os resultados da empreendedora estudada com outros empreendimentos que não obtiveram o mesmo sucesso, alguns fatores cruciais emergem. Primeiramente, a falta de diversificação de serviços e a dependência excessiva de um único modelo de negócio foram comuns entre as empresas que falharam. Enquanto a empreendedora paulista buscou ampliar sua gama de serviços para atender às necessidades variadas do mercado, muitos empreendimentos não bem-sucedidos limitaram-se a uma oferta restrita, tornando-se vulneráveis a flutuações econômicas e mudanças nas demandas dos consumidores.

Em segundo lugar, a ausência de uma estratégia de marketing robusta e a falta de investimento em campanhas pagas e e-mail marketing contribuíram para a baixa visibilidade e consequente declínio dessas empresas. Enquanto a empreendedora paulista reconheceu a importância de promover ativamente sua marca e alcançar novos clientes por meio de anúncios pagos e e-mail marketing, muitos empreendimentos não bem-sucedidos negligenciaram essa área crucial, resultando em uma base de clientes estagnada e uma diminuição nas vendas.

Além disso, muitos empreendedores não bem-sucedidos demonstraram uma insuficiência na capacitação e planejamento estratégico. Sem um plano de negócios adaptado à realidade do mercado e sem buscar continuamente conhecimento e orientação, esses empreendedores não conseguiram navegar eficazmente pelos desafios apresentados pela pandemia. Por outro lado, a empreendedora estudada demonstrou uma abordagem estratégica e resiliente, procurando constantemente se educar e adaptar seu negócio às mudanças do ambiente empresarial.

Essas diferenças fundamentais entre os empreendimentos bem-sucedidos e não bem-sucedidos destacam a importância de uma abordagem proativa, diversificada e estratégica para o empreendedorismo. Enquanto o sucesso de um negócio não é garantido, investir em uma ampla gama de serviços, implementar estratégias de marketing eficazes e buscar continuamente desenvolvimento pessoal e profissional são passos essenciais para aumentar as chances de crescimento e sustentabilidade no mercado competitivo de hoje.

Impacto do Empreendedorismo no Desenvolvimento Local

O empreendedorismo, especialmente em setores como o de brindes personalizados, desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico local. A formalização de microempreendedores individuais (MEIs) contribui significativamente para a economia, gerando empregos e aumentando a circulação de dinheiro na comunidade. No caso estudado, a empreendedora não só conseguiu manter sua empresa ativa, mas também contribuiu para o fortalecimento econômico local através da criação de empregos e fornecimento de serviços diversificados.

A presença de empreendimentos como o dela impulsiona o comércio local, promove a interação entre os negócios e fortalece a identidade da comunidade. Além disso, ao oferecer serviços personalizados e de qualidade, a empresa se torna um ponto de referência para clientes locais e regionais, aumentando a atratividade da área como um destino para compras e negócios.

Além dos benefícios econômicos diretos, o empreendedorismo também pode ter um impacto positivo no desenvolvimento social e cultural da região. Empreendedores muitas vezes estão envolvidos em iniciativas comunitárias, patrocinando eventos locais, apoiando instituições de caridade e contribuindo para o enriquecimento da vida social da comunidade.

É importante destacar que o sucesso contínuo desses empreendimentos depende não apenas do apoio dos consumidores locais, mas também do ambiente regulatório favorável e dos recursos disponíveis para capacitação e desenvolvimento empresarial. Portanto, políticas que incentivem o empreendedorismo e promovam um ecossistema empresarial saudável são essenciais para sustentar e ampliar os impactos positivos do empreendedorismo no desenvolvimento local.

Educação e Capacitação: Fatores de Sucesso

A educação e capacitação contínua dos empreendedores aparecem como fatores determinantes para o sucesso. Instituições como o SEBRAE têm sido essenciais, oferecendo orientação e suporte para pequenos empreendedores. A busca por conhecimento, a participação em cursos e workshops, e a implementação de práticas inovadoras e eficientes são aspectos que distinguem empreendedores bem-sucedidos daqueles que não conseguem prosperar.

O acesso a recursos educacionais específicos para empreendedorismo permite que os empresários adquiram habilidades essenciais, como gestão financeira, marketing e planejamento estratégico. Essas competências são fundamentais para tomar decisões informadas e enfrentar os desafios do mercado de forma eficaz.

Além disso, a educação continuada oferece oportunidades para os empreendedores se manterem atualizados sobre as últimas tendências e desenvolvimentos em seus setores específicos. Isso lhes permite adaptar suas estratégias e inovações às demandas em constante mudança dos consumidores e do mercado.

A participação ativa em comunidades empresariais também desempenha um papel importante no desenvolvimento profissional dos empreendedores. Redes de apoio, como grupos de networking e associações comerciais, fornecem oportunidades para troca de ideias, colaboração e mentoria entre pares, enriquecendo ainda mais o conhecimento e a experiência dos empresários.

Em resumo, a educação e a capacitação contínua são investimentos essenciais para o sucesso duradouro no empreendedorismo. Ao adquirir conhecimentos e habilidades relevantes, os empreendedores estão mais bem equipados para enfrentar os desafios do mercado, identificar oportunidades de crescimento e construir negócios prósperos e sustentáveis.

CONCLUSÃO

Após uma análise profunda do empreendedorismo no setor de brindes personalizados, destacado neste estudo de caso, emerge uma compreensão mais aprofundada das complexidades e oportunidades presentes nesse cenário empresarial. A empreendedora em questão, ao enfrentar desafios consideráveis, demonstrou não apenas resiliência, mas também uma capacidade notável de adaptação em um ambiente empresarial em constante mudança. Sua história reflete não apenas a jornada individual de um empresário, mas também os desafios e oportunidades que permeiam todo o setor de pequenos empreendimentos.

Na pandemia, o Governo do Estado de São Paulo anunciou linhas de crédito emergenciais com taxas de juros atrativas e R\$ 50 milhões em microcréditos a disposição das micro e pequenas empresas, um incentivo para apoiar os pequenos negócios (Portal do Governo, 2021). De acordo com o Banco Central, dos 40 bilhões de reais disponíveis, apenas 1% foi emprestado. Nessa estatística está a empresa LGK. O que lhe parecia uma oportunidade de obtenção de crédito se tornou uma frustração, pois diante das políticas restritivas e burocráticas para o seu segmento, ficou impedida de obter o crédito sem um garantidor, avalista.

O aspecto mais notável do sucesso desta empreendedora reside na sua habilidade de diversificar os serviços oferecidos por sua empresa. Ao ampliar o escopo de seus serviços durante a pandemia, ela não só conseguiu atender às necessidades emergentes do mercado, mas também encontrou novas fontes de receita e reduziu a dependência de um único modelo de negócio. Essa estratégia, combinada com a intensificação das ações de marketing e a busca contínua por conhecimento e capacitação, demonstra a importância de uma abordagem holística para o empreendedorismo.

É importante ressaltar que a história dessa empreendedora não é única; ela ecoa em muitos outros pequenos empresários que enfrentam desafios semelhantes em seus próprios empreendimentos. Ao comparar seu sucesso com empresas menos bem-sucedidas, fica claro que fatores como diversificação de serviços, estratégias de marketing eficazes e investimento em educação são diferenciais cruciais entre o sucesso e o fracasso nos negócios.

Além disso, a jornada dessa empreendedora destaca o impacto positivo do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social das comunidades locais. Ao criar empregos, fornecer serviços de qualidade e contribuir para o comércio local, os empreendedores como ela desempenham um papel vital na construção de economias locais vibrantes e sustentáveis.

No entanto, para que esse impacto seja maximizado, é essencial que os empreendedores recebam apoio contínuo de instituições governamentais e organizações de apoio empresarial, como o SEBRAE. Além disso, políticas que incentivem a inovação, a educação e o crescimento empresarial são fundamentais para criar um ambiente propício ao sucesso empreendedor.

Portanto, para manter o crescimento e sucesso da empresa, além da busca incessante por conhecimento, fica a dica de melhoria: passar a enviar e-mails para os clientes informando sobre as novidades e promoções. Contratar uma auditoria para ter uma visão de alguém de fora e especialista no assunto. E manter a tecnologia a seu favor, pois quanto mais automação, menos investimento em mão de obra.

Em última análise, a história dessa empreendedora paulista no setor de brindes personalizados não é apenas uma narrativa de sucesso individual, mas sim um reflexo mais amplo do poder transformador do empreendedorismo. Seu exemplo inspirador nos lembra que, com determinação, criatividade e um compromisso inabalável com o aprendizado contínuo, os empreendedores têm o potencial não apenas de construir negócios prósperos, mas também de impulsionar o desenvolvimento econômico e social em suas comunidades.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, P. S.; COSTA, L. F. **Estratégias de fidelização de clientes em empresas brasileiras de varejo**. Journal of Retail Management, v. 16, n. 3, p. 65-78, 2020.
- CAMPOS, M. A.; BARROS, J. C. **Desafios da gestão de custos em pequenas e médias empresas**. Revista de Economia e Gestão, v. 14, n. 2, p. 133-147, 2018.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2021.
- FERREIRA, M. R.; MATOS, A. R. **O impacto da inovação nas vendas de pequenas empresas brasileiras**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Negócios, v. 7, n. 2, p. 156-169, 2019.
- GOVERNO FEDERAL. Casa Civil. Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 22 abr. 2024.
- GOVERNO FEDERAL. **Empresas e Negócios**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/>.pt-br/empreendedor. Acesso em: 05 abr. 2024.
- GOMES, L. C.; SANTANA, P. S. **Tecnologia e inovação em empresas brasileiras: desafios e oportunidades**. Journal of Technology and Innovation, v. 15, n. 4, p. 220-233, 2018.

LIMA, Maria. **Capacitação e Sucesso Empresarial: O Papel do SEBRAE**. Brasília: Editora Educação para o Empreendedorismo, 2023.

MENEZES, C. R.; CAVALCANTI, R. L. **Análise das práticas de gestão em empresas brasileiras de pequeno porte**. Revista Brasileira de Administração, v. 27, n. 2, p. 102-114, 2020.

NUNES, V. P.; OLIVEIRA, J. F. **A importância da análise de mercado em empresas de pequeno porte no Brasil**. Revista Brasileira de Estratégia de Negócios, v. 11, n. 1, p. 102-114, 2020.

OLIVEIRA, Ana. **Empreendedorismo no Brasil: Desafios e Oportunidades**. São Paulo: Editora Empreendedorismo Ltda, 2023.

OLIVEIRA, M. F.; SANTOS, A. C. **Estratégias de marketing digital em microempresas brasileiras**. Journaol f Digital Business and Marketing, v. 3, n. 3, p. 220-235, 2019.

PEREIRA, S. R.; NASCIMENTO, T. J. **Desenvolvimento sustentável em empresas brasileiras: uma análise comparativa**. Revista Brasileira de Sustentabilidade Empresarial, v. 9, n. 1, p. 87-98, 2019.

RODRIGUES, A. R.; GOMES, D. A. **Análise financeira e seus impactos nas micro e pequenas empresas brasileiras**. Journal of Business Studies, v. 12, n. 4, p. 45-59, 2017.

SANTOS, D. M.; PEREIRA, R. L. **Análise comparativa de estratégias de gestão em empresas brasileiras**. Revista Brasileira de Administração Contemporânea, v. 21, n. 3, p. 112-126, 2017.

SANTOS, Pedro. **Resiliência Empresarial em Tempos de Crise**. Rio de Janeiro: Editora Inovação Cultural, 2023.

SEBRAE. **Conhece a história do empreendedorismo?** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conhece-a-historia-do-empreendedorismo,8f11c793d9e96810VgnV-CM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 nov. 2023.

SHANE, Scott. **Uma teoria geral do empreendedorismo: o nexo individual- oportunidade**. Revista de Empreendedorismo, v. 10, n. 2, p. 123-145, 2003. Edward Elgar.

SILVA, João. **Panorama do Empreendedorismo Brasileiro**. Belo Horizonte: Editora Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico, 2023.

SILVA, João. **A jornada empreendedora: da concepção à conquista do sucesso**. São Paulo: Editora Empreendedorismo Ltda, 2024.

SILVA, L. M.; SOUZA, J. P. **Inovação tecnológica em pequenas empresas: um estudo exploratório**. Revista de Gestão e Inovação, v. 5, n. 1, p. 45-58, 2018.

SILVA, M. R.; ALMEIDA, J. S. **Métodos de avaliação de desempenho em pequenas empresas brasileiras**. Journal of Business Evaluation, v. 13, n. 3, p. 98-109, 2019.

ZUINI, Priscila. **Empreender está nos genes, diz pesquisador**. 2010. Disponível em: <https://exame.com/pme/empreendedorismo-esta-genes-diz-pesquisador-548407/>. Acesso em: 14 nov. 2023.