



Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual - CC BY-NC-SA

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

Augusto Cesare de Campos Soares, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil¹
Danielle Camila dos Santos Bataglia, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil²
Erika Ananine Paiva, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil³
Fabrício Meller da Silva, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil⁴

RESUMO:

Sabe-se que a pandemia do Coronavírus provocou um colapso no sistema de saúde, bem como contribuiu significativamente com a crise econômica do Brasil, a qual atingiu profundamente negócios e economias, em virtude das medidas de *lockdown* adotadas para conter a transmissão do vírus, que obrigaram vários empreendedores a fecharem seus estabelecimentos de forma temporária para evitar aglomeração e, conseqüentemente, atuar no combate à pandemia. Dessa forma, o artigo tem como objetivo identificar os impactos, as estratégias e as oportunidades empreendedoras relacionadas às atividades esportivas de condicionamento físico, tomando como objeto de análise as academias de ginásticas da cidade de Paranavaí, no Estado do Paraná, durante o período pandêmico. Através de uma pesquisa de caráter quantitativo do tipo descritivo, onde os dados foram coletados por meio das respostas obtidas em questionários, com questões abertas e fechadas, aplicados a doze proprietários, gerentes ou profissionais que estiveram na linha de frente desses estabelecimentos no decorrer da pandemia e que acompanharam todo o processo de mudanças exigidas para o período. Os questionários foram aplicados de duas formas: pessoalmente, respeitando as medidas de distanciamento e por meio de ferramentas de comunicação, como o *whatsApp* e o *e-mail*. Os sentimentos que mais emergiram decorrentes da situação pandêmica foram medo e insegurança, empatados com total de 61,12% das respostas. Já em relação aos fatores mais impactantes nos negócios, a questão financeira ocupou o primeiro lugar, sendo apontada por 33,33% dos entrevistados e seguida pela redução de clientes/alunos, indicada por 30,56% dos participantes. Sobre os impactos na saúde humana que o negócio sofreu, nota-se que a ansiedade e o stress foram os mais listados, com um total de 29,03% das respostas. No que concerne à redução do faturamento das academias durante a pandemia, foi identificada uma redução de 10% a 60% do faturamento. Quanto às estratégias adotadas para se manterem competitivos, a mídia social foi a estratégia mais utilizada, com 30,56% das respostas, seguida pela divulgação das medidas/protocolos de segurança com 19,44%,

¹ Doutor. Professor do ensino superior do Paraná da Universidade Estadual de Maringá. Professor do Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional em Rede Nacional para Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT. e-mail: accsoares@uem.br.

² Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia e Inovação – Universidade Estadual de Maringá (UEM). Maringá-Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8541-519X>. e-mail: daniellesbataglia@gmail.com.

³ Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia e Inovação – Universidade Estadual de Maringá (UEM). Maringá-Brasil. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1612-1582>. e-mail: erikkanp@gmail.com.

⁴ Doutor. Professor Adjunto do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), atuando no Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação. Maringá-Brasil. e-mail: fmsilva@uem.br.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

condições de pagamento com 13,88% e atendimento em domicílio 11,11%. Foi identificado, também, que todos veem a crise como forma de oportunidade, onde é possível “reinventar-se”, aparecendo este quesito em primeiro lugar com 29,78% das respostas, seguida do aprendizado quanto à utilização de mídias sociais.

Palavras chaves: Academia de ginásticas; Empreendedorismo; Covid-19; Pandemia; Impactos; Oportunidades; Estratégias.

INTRODUÇÃO

A pandemia promovida pelo Coronavírus (covid-19) provocou um colapso no sistema de saúde, sem olvidar que foi o estopim para uma crise econômica do Brasil, bem como de outros países, em virtude, principalmente, das medidas adotadas para conter a transmissão do vírus. Para exemplificar isso, será, o objeto de estudo desse trabalho, será a cidade de Paranavaí, município localizado no noroeste do Estado do Paraná, um dos 26 estados brasileiros, com 88.922 habitantes, segundo informações do IBGE-2020, onde o prefeito (como muitos outros chefes do poder municipal), publicou por meio do Decreto nº 21.071/2020 uma série de medidas restritivas em diversos segmentos, inclusive direcionados às academias de ginásticas, visando a preservação da vida humana em detrimento de uma pandemia sanitária (Município de Paranavaí, 2021).

Ocorre que essas medidas de segurança e proteção da saúde pública, em um primeiro momento, onde haviam elevados números de mortes em escala global, obrigaram empreendedores a fecharem seus estabelecimentos de forma temporária para evitar aglomeração e disseminação do vírus.

O fechamento de academias de ginásticas, arenas esportivas e parques ocasionou impactos financeiros diretos nessas organizações, “cerca de 70% dos negócios foram impactados negativamente pela pandemia” (Pwc, 2021), e com as academias não foi diferente, segundo dados do Sebrae (2021), o faturamento das academias chegou a ficar 52% abaixo do patamar normal de lucratividade.

Nesse contexto, surgiu como problematização identificar quais seriam os impactos, as estratégias e as oportunidades que os empreendedores relacionados às atividades esportivas de condicionamento físico, como as academias de ginástica, observaram durante a pandemia da Covid-19.

A justificativa nasce quando um dos maiores setores do mercado mundial, considerando, que de acordo com o relatório da *International Health, Racquet & Sportsclub Association Global Report 2020*, o mercado de academias no Brasil ocupa o segundo lugar no

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

ranking mundial, em número de academias de ginástica, contando com um total de 29.525 instalações, e perdendo o pódio de liderança apenas para os Estados Unidos, foi um dos mais atingidos dentro da economia nacional (Sebrae, 2021).

Considerando o papel desempenhado pelo Brasil dentro deste ramo mercadológico, foi realizado um recorte epistemológico dentro do mercado nacional, considerando a cidade de Paranavaí, que atualmente, conta com 28 academias de ginástica (Prefeitura Municipal de Paranavaí, 2021).

Em que pese as perdas advindas das restrições impostas, não apenas a este setor, mas a inúmeros outros, esse segmento foi escolhido, posto que, em meio à proposta do isolamento social, a prática de alguma atividade física acabou ganhando mais destaque nas mídias, apoiada pela comunidade científica, em virtude dos benefícios que ela proporciona a melhora das condições de saúde humana, como por exemplo o auxílio no fortalecimento da imunidade em tempos de pandemia (Ceschini, 2021; Silva *et al* 2021), e, desse modo, atuando na redução de pessoas que necessitam de atendimento no sistema de saúde público (SUS) brasileiro.

Tendo em vista as considerações anteriores, o presente estudo tem por objetivo identificar os impactos, as estratégias e as oportunidades desenvolvidas pelas academias de ginásticas no cenário da pandemia. Para tanto, optou-se por fazer uma pesquisa, de natureza quantitativa do tipo descritivo. Os dados da pesquisa foram feitos a partir da aplicação de questionário com questões abertas e fechadas do mesmo segmento de atividade físicas na cidade de Paranavaí.

Tudo com o fim de contribuir para um maior entendimento a respeito do empreendedorismo em tempos de pandemia, principalmente relacionado a esse ramo de atividade, sendo fundamental vislumbrar oportunidades de contribuições acadêmicas para o tema proposto, já que este possui grande relevância para a economia local e nacional.

O artigo está organizado em quatro seções; além desta seção introdutória, na segunda seção encontra-se a metodologia empregada no estudo. Na terceira seção está o referencial teórico, subdividido em impacto da pandemia covid-19 nos negócios, tempos de crise e o empreendedorismo e estratégias e oportunidades de negócios. Na última seção há as considerações finais, seguidas das referências.

METODOLOGIA

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

Para o alcance do objetivo proposto, neste estudo optou-se por uma pesquisa de natureza descritiva quantitativa, também conhecida como levantamento. Esse tipo de pesquisa foi identificado como adequado, porque o principal objetivo é identificar os impactos, as estratégias e as oportunidades empreendedoras na época de pandemia relacionados às atividades esportivas de condicionamento físico, como academias de ginásticas, partindo do princípio que foi um dos setores mais atingidos na pandemia.

O levantamento, de acordo com Gil (2002, p. 50), “caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer”. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Como é uma pesquisa de natureza descritiva quantitativa, a coleta dos dados primários foi realizada por meio da aplicação de questionário estruturado com questões abertas e fechadas, de acordo com procedimentos de amostragem descritos anteriormente, com o foco na análise aos sentimentos intrínsecos a condição de ser humano, e como a evolução destes interferiu na saúde física de cada proprietários e gerentes de estabelecimentos que atuam dentro do segmento de academias de ginástica, bem como impactos financeiros e inovações empreendedoras adotadas para a sobrevivência do negócio.

Após aplicados, os questionários foram tabulados e procedeu-se à contagem do número de ocorrências para cada opção de resposta (técnica de distribuição de frequência). Em seguida, foram elaborados gráficos, com suas respectivas análises.

Além disso, os dados secundários foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica, visando à elaboração de fundamentação teórica, buscando aprofundar os conhecimentos a respeito do assunto estudado, além de permitir a construção do instrumento de coleta de dados e análise das informações obtidas.

A população-alvo foi composta por estabelecimentos relacionados às atividades esportivas de condicionamento físico, como academias de ginásticas na cidade de Paranaíba, escolhidos de forma intencional, em razão desse setor ser um dos que mais sentiu os efeitos da pandemia, devido às medidas restritivas impostas pelos órgãos competentes.

A seleção dos elementos para compor a amostra foi feita por meio de procedimento não probabilístico, adotando a amostragem por conveniência, de modo que os dados foram coletados através de participação espontânea, abrangendo proprietários, pessoal da gerência ou profissionais que estiveram na linha de frente no decorrer da pandemia nesses

estabelecimentos e se dispuseram a participar da pesquisa. De acordo com Samara e Barros (2007, p. 161), segundo este procedimento “os elementos da amostra são selecionados de acordo com a conveniência do pesquisador” (2007, p. 161). São as pessoas que estão ao alcance do pesquisador e dispostas a responder o questionário.

Critérios estabelecidos na escolha da população-alvo foram:

- (i) Mesmo ramo de atividade econômica;
- (ii) Estar localizado na cidade de Paranavaí;
- (iii) Proprietários, gerentes ou profissionais que estiveram na linha de frente no período da pandemia nas academias de ginásticas;
- (iv) Que aceitaram a participar do estudo;

Para a coleta dos dados desta pesquisa, foi utilizado um questionário semiestruturado com questões abertas e fechadas. O questionário (Apêndice I) foi elaborado com base no estudo desenvolvido por Castro *et al.* (2021). O instrumento foi pré-testado antes de sua aplicação definitiva, visando a adequação da linguagem e verificação do entendimento das questões. Após o pré-teste, os dados foram coletados junto aos empreendedores. A coleta dos dados ocorreu no período compreendido entre os dias 29 de novembro de 2021 a 16 de dezembro de 2021. No total, 12 questionários foram respondidos por esses estabelecimentos, o que representa aproximadamente 42,85% do total da amostra. Por questões de proteção da identidade das pessoas que responderam o questionário, e até mesmo do nome das academias pesquisadas, não serão fornecidos.

REFERENCIAL TEÓRICO

1. Impacto da Pandemia covid-19 nos negócios

Foi na república popular da China, província de Hubei e cidade de Wuhan, no final de 2019, que surgiram os primeiros casos de pessoas contaminadas com o novo coronavírus (SARS-CoV-2), conforme Silva e Silva (2020). Em pouco tempo, esse vírus se proliferou para o mundo inteiro, fazendo com que em março de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarasse pandemia mundial em virtude da Covid-19 (Organização Mundial de Saúde, 2020).

Com a transmissão do vírus em alta velocidade junto a ausência de conhecimento científico, de medicamentos e de vacinas para combater a pandemia, diversos países

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

implementaram uma série de medidas para reduzir a transmissão do vírus, entre elas: o incentivo à higienização das mãos, a obrigatoriedade do uso de máscaras, medidas restritivas como o distanciamento social para evitar aglomeração, além da proibição de eventos em massas e atividades coletivas” (Aquino, Eml *et al.*, 2020, p. 2.424), obrigando o fechamento de diversos estabelecimentos, principalmente os que não se enquadram como atividades essenciais (Bernardes, Silva, Lima, 2020). Dentre esses estabelecimentos, estão as academias de ginásticas do município de Paranavaí, classificadas como tal por meio do Decreto Municipal nº 22.071/2020. Uma ressalta importante é que mesmo o reconhecimento das atividades físicas como um degrau essencial a conquista da melhora imunológica, bem como melhora de doenças como depressão, ansiedade, e outras (todas agravadas pelo isolamento social), este ramo foi considerado pelos governantes como indispensável a saúde humana.

O medo de adquirir a Covid-19 fez com que as pessoas mudassem seus estilos de vida, mantendo-se em casa, certo que ante a tal situação, a saúde e a vida, viraram prioridade em meio a um contexto pandêmico mundial, acarretando mudanças relevantes no comportamento das pessoas (Ong, *et al.*, 2021).

Observou-se que as medidas adotadas, como o distanciamento social e o *lockdown*, impostas pelas autoridades por meio de decretos, onde cada Estado e cidade teve autonomia na condução dessas medidas, gerou restrição de circulação de pessoas, mantendo as mesmas permanentemente em suas residências, com estímulo a saídas apenas para comprar produtos de necessidade básica, como alimentos e medicamentos, considerados como atividades básicas para a manutenção do ser humano. “Durante o bloqueio as pessoas foram dispensadas de seus empregos devido ao lento movimento dos negócios ou até mesmo à falência” (Ong, *et al.*, 2021, p. 2).

Com isso, “a pandemia do novo coronavírus tem gerado não apenas uma crise sanitária e colapso nos sistemas de saúde pública, mas também em todo conjunto econômico” (Guimarães, *et al.* 2020, p.2), uma vez que cerca de 88% dos empreendedores viram seus negócios desabar no decorrer da pandemia, como bem esclarece a Fundação Instituto de Administração (FIA) (2020), sem olvidar, as quase 600 mil empresas que fecharam as portas no intervalo de dois anos, segundo dados da Pnad (IBGE, 2021).

A pandemia também “criou choques de demanda e oferta na economia, que resultaram em quedas nos gastos dos consumidores e da indústria e interrupções nas cadeias de abastecimento em todo o mundo” (Nguyen; Ngo; Tram Tran, 2021, p.2). Além do impacto econômico com o fechamento de diversas empresas em diversos setores, houve, também, REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº1, p. 23-47, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 28

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

impacto na área da saúde, segundo Perman *et al.* (2020, p. 187), a pandemia gerou também impacto emocional, pois “sintomas como incerteza, medo, preocupação, angústia e ansiedade” foram identificados em muitas pessoas (PERMAN *et al.*, 2020, p. 187).

Voltados para áreas específicas de academias de ginásticas, o setor financeiro foi o mais impactado. De acordo com Guerra (2021, s.p.), os proprietários de academias foram os que mais solicitaram empréstimos, e dados da pesquisa Sebrae (2021, s.p.) demonstram que “55% solicitaram empréstimos desde janeiro, sendo que 36% procuraram essa ajuda entre os meses de abril e maio”.

Sabemos que a pandemia ainda não terminou e que continua causando impactos severos, tanto na área da saúde, como na área social, educacional e econômica (PERMAN *et al.*, 2020), entretanto, com a evolução do conhecimento científico, traduzido principalmente por meio do desenvolvimento de vacinas, a transmissão do vírus e os óbitos por ele causados estão diminuindo consideravelmente, gerando alívio aos setores mercantis mais afetados.

Porém, é necessário manter a cautela contra esse vírus tão devastador, o qual está passando por diversas mutações, o que ainda provoca preocupação.

2. Empreendedorismo em tempos de pandemia;

Pesquisas recentes vêm mostrando a importância do empreendedorismo em tempos de pandemia, destacando o papel do empreendedor e sua capacidade de responder às necessidades do mercado e contornar crises econômicas, como essas vivenciadas em decorrência da covid-19, podendo ser compreendido como um motor que impulsiona o desenvolvimento dos negócios.

Com a pandemia e as mudanças repentinas em virtude das políticas públicas adotadas para freá-la, vários empreendedores foram obrigados a adaptar seus negócios para sobreviverem e buscar novas formas de se manterem competitivos frente às novidades impostas. Dentre eles, “o setor do esporte foi especialmente influenciado pela crise do covid-19 de uma forma nunca vista antes” Ratten (2020, p. 1). As atividades esportivas e físicas foram drasticamente interrompidas, o que fez com que os proprietários, e gerentes se vissem desafiados a criarem e adotarem estratégias para se manterem no mercado (Meneses, 2015).

Alinhados à expressão “adaptação nos negócios”, diversos empreendedores tiveram que se reinventar, promovendo novas formas de conduzir suas empresas, visando garantir sua sobrevivência no mercado (Mussalem, Borges, 2021).

Manter-se no mercado atual não é tarefa fácil, e em tempos de turbulência, exige-se ainda mais dos empreendedores, nítido que em meio a esse contexto, a resiliência nos negócios foi uma das características mais necessárias, porque, diante de tantas incertezas, o planejamento se torna ainda mais difícil. Nesse interim, uma forma de minimizar esse cenário de incertezas é “trabalhar com as estatísticas e eventos fornecidos conforme eles se desdobram, em vez de esperar para ver” (Ratten, 2020, p.507)

Seguindo esse raciocínio de não ficar esperando, mas ir ao encontro dos acontecimentos, Dornelas (2001, p.1) certifica que “empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão da organização”. Retten (2020, p.504) ratifica essa ideia, afirmando que os “empreendedores precisam compartilhar e analisar as condições atuais dos negócios a fim de antecipar as mudanças”.

Outro aspecto ligado ao empreendedorismo concerne à agilidade e raciocínio rápido frente ao “novo normal”, ou seja, “a agilidade aparente nos empreendedores os torna mais capazes de se ajustar às novas necessidades. Isso os ajuda a girar ou mudar de direção com base na resposta do mercado” (Ratten, 2020, p.504), todas tendências que emergiram ao empresariado brasileiro, que precisou se reinventar às pressas para vencer a pandemia, o subdesenvolvimento e as crises na economia.

Acrescido a isso, tem-se a “inovação, assumir riscos e prática no mercado são elementos necessários para lidar com essa fase pandêmica (Ratten, 2020, p.508), haja vista, o mercado cada vez mais competitivo, urgindo ao empreendedor a busca voraz e constante por melhorias em seu negócio, produtos ou serviços, através do uso da inovação, um “instrumento específico do empreendedor” (Drucker, 1986, p. 39), para galgar a manutenção do empreendimento no mercado, assegurando uma vida longa ao negócio e retornos financeiros expressivos.

Importante destacar que a palavra inovação remete à criatividade, ser fênix em um mundo líquido, renascer diariamente, pois o mercado e a sociedade mudam rapidamente, e, em tempos de pandemia, pensar fora da caixa é um diferencial para manter-se não meramente competitivo, mas vivo.

O processo de empreender é formado pela interação e comunicação entre oportunidades, recursos e a equipe, (Timmons, 1994, p. 37, *apud* Dornelas, 2017), conforme observa-se na figura 1, é uma mescla de aptidões com agentes inerentes ao mercado.

Figura1 – Modelo de Timmons no processo empreendedor.



Fonte: Dornelas (2017)

E é partir da análise dessa combinação de predisposições pessoais com reflexos de ações externas indomesticáveis, percebe-se que o “*business plan*”, o plano de negócio, é um a via que orientará todo o processo, permitindo que a equipe verifique os recursos necessários para o desenvolvimento do negócio, sempre considerando as incertezas e riscos inerentes a qualquer processo, que se forem previamente calculados, propiciarão melhores ações para o sucesso da organização. Por isso, é fundamental que aquele que tem no seu âmago o ímpeto por empreender, comumente analise o mercado sobre seu negócio.

O sucesso de um empreendimento, para Lago *et al.* (2008), deve-se por meio do comportamento e da motivação, alinhados ao conhecimento e à visão estratégica de negócios, e com base nesses pressupostos, no cenário atual de incerteza, a falta de experiência deixa o empreendimento vulnerável.

Nessa perspectiva, vislumbra-se na tabela 1 algumas características que o empreendedor precisa ter, ou então desenvolver para o triunfo do empreendimento, especialmente quando o ambiente está imponderável, passando por caminhos fugazes e mais difíceis de serem domados.

Tabela 1 - Algumas características que o empreendedor precisa ter – ou desenvolver.

Busca de oportunidade e iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> • Agir com proatividade, antecipando-se às situações. • Buscar possibilidades de expandir seus negócios. • Aproveitar oportunidades incomuns para progredir
Persistência	<ul style="list-style-type: none"> • Não desistir diante dos obstáculos. • Reavaliar seus planos e, posteriormente, insistir neles ou mudar para superar desafios. • Esforçar-se além do comum para atingir os objetivos
Comprometimento	<ul style="list-style-type: none"> • Trazer para si mesmo a responsabilidade sobre sucessos e fracassos. • Atuar em conjunto com sua equipe para atingir os resultados. • Colocar o relacionamento com os clientes acima das necessidades em curto prazo.
Exigência de	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar continuamente seu negócio e seus produtos.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

qualidade e eficiência	<ul style="list-style-type: none">• Satisfazer e até exceder as expectativas dos clientes.• Criar procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.
Correr riscos calculados	<ul style="list-style-type: none">• Procurar e avaliar alternativas para decidir.• Buscar reduzir as chances de erro.• Aceitar desafios moderados, com boas chances de sucesso.
Estabelecimento de metas	<ul style="list-style-type: none">• Perseguir objetivos desafiantes e importantes para si mesmo.• Ter clara visão em logo prazo.• Criar objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado
Busca de informações	<ul style="list-style-type: none">• Envolver-se pessoalmente na avaliação do seu mercado.• Investigar sempre como oferecer novos produtos ou serviços.• Buscar a orientação de especialistas para decidir.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	<ul style="list-style-type: none">• Enfrentar grandes desafios, agindo por etapas.• Ajustar rapidamente seus planos às mudanças e variáveis do mercado.• Acompanhar indicadores financeiros e considerá-los para decidir.
Persuasão e redes de contatos	<ul style="list-style-type: none">• Criar estratégias para conseguir apoio a seus projetos.• Obter apoio de pessoas chave para seus objetivos.• Desenvolver redes de contato e construir bons relacionamentos comerciais.
independência e autoconfiança	<ul style="list-style-type: none">• Confiar na própria opinião mais do que na dos outros.• Ser otimista e determinado, mesmo diante da oposição de ideias.• Transmitir confiança em relação à própria capacidade.

Fonte: SEBRAE (2020, P. 4-6)

Destarte, “reinvenção, adaptação, remodelagem, plano de contingência, enfim, várias são as ações que este cenário de incertezas exige dos empreendedores” (SEBRAE, 2020, p. 3), para não sucumbir ao fel do fracasso.

3. Estratégias e oportunidades de negócios

Quando se fala em estratégias, é necessária a referência ao conceito de planejamento estratégico desenvolvido por Kotler (1992, p. 63), para o qual o “planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

Nesse contexto, as estratégias referem-se à capacidade empreendedora de manter a empresa competitiva frente às turbulências e diversidades no ramo comercial empreendido. Com o surgimento da pandemia isso ficou bem evidente, fazendo com que os empreendedores desenvolvessem diversas ações estratégicas, de acordo com seu ramo de atividade, para que os mesmos permanecessem no mercado.

Diante desse cenário, extremamente dinâmico, complexo e incerto, os empreendedores foram obrigados a desenvolver agilidade e estratégia, com maior flexibilização e adaptação por parte dos empreendedores, conforme novos cenários iam surgindo, por vezes, até semanalmente. As organizações devem analisar o ambiente, identificar possíveis ameaças e

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

oportunidades e se posicionar por meio de suas ações estratégicas, fundamentais para o êxito organizacional frente às diversidades.

De acordo com PwC (2021, s.p), são 3 iniciativas que as empresas precisam ter para se preparem melhor contra a crise:

- (i) *“Elabore um plano estratégico de resposta à crise para gerar uma rápida mobilização, estabilizar as operações de negócios e responder a problemas disruptivos com eficácia;*
- (ii) *Derrube as divisões dentro da organização. Um programa integrado é essencial para executar uma resposta bem-sucedida à crise e para construir resiliência durante “tempos de paz”;*
- (iii) *Priorize e construa resiliência organizacional não apenas para ter sucesso, mas para sobreviver”*(PwC 2021, s.p).

Direcionando para a área oportunamente estudada, qual seja, de academias de ginásticas, ressaltamos o fato de que com o crescente interesse da população por esses serviços, torna-se necessário o aprimoramento de práticas gestoras, particularmente em tempos de pandemia, onde a complexidade aumenta devido às mudanças rápidas do cenário de incertezas.

À vista disso “a gestão bem-sucedida do negócio de academias de ginástica é responsável pelo bem-estar da empresa e, conseqüentemente, pelo bem-estar dos clientes que praticam atividade física” (León-Quismondo; García-Unanue; Burillo, 2020, p. 2).

Estudos realizados por León-Quismondo, García-Unanue e Burillo (2020) demonstram que as melhores práticas recomendadas pelos gestores de academias são: atendimento ao cliente, serviços oferecidos, marketing, instalações e termos de condições gerais.

Outro ponto importante que merece destaque, segundo Mahdi e Nassar (2021), é o conhecimento que o gestor possui sobre o seu próprio negócio para alcançar vantagens competitivas sustentáveis. Nesse sentido, conhecer as preferências dos clientes durante a Covid-19, pode ser útil para criar estratégias de negócios (ONG, *et al.*, 2021).

Seguindo esse raciocínio, a satisfação do cliente é outro aspecto importante no desenvolvimento das atividades, na medida em que as preferências estão sendo atendidas, a satisfação do cliente aumenta, ocasionando, conseqüentemente, a sustentação dos negócios.

Pode-se deduzir que durante a pandemia da Covid-19, as empresas devem ser capazes de criar uma nova estratégia a partir do conhecimento, como preferências do cliente (ONG, *et al.*, 2021), para que proprietários e gerentes de academias de ginásticas vençam os atuais desafios, criando estratégias para resistir aos efeitos da pandemia da Covid-19.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste tópico, são apresentadas a descrição e a análise dos dados, por meio de três frações. Na primeira parte reuniu-se a caracterização do ramo de atividade estudado para inserir o leitor no contexto da pesquisa. Na sequência, constam informações obtidas por meio dos questionários e, finalmente, há o entrelaçado das informações obtidas, seguido das análises e considerações finais.

Preliminarmente, improtelável explicar sobre o objeto de estudos, ou seja, o mercado de academias de ginásticas, e como essa seção do globo mercadológico, tem crescido ao longo dos anos (Kester, *et al*, 2021), especialmente no Brasil, que contemporaneamente ocupa o segundo lugar em número de academias de ginástica, no mundo, contando com uma média de 29.525 instalações (Ihrsa Global Report, 2020).

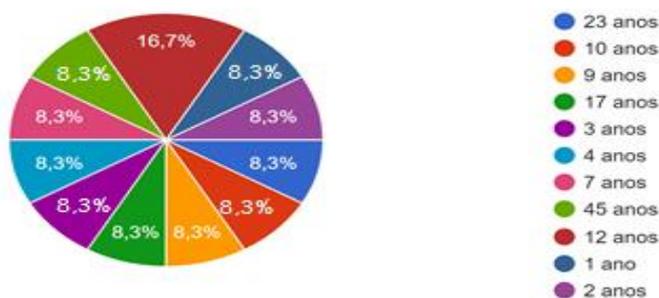
Estas se revelam de suma importância, “pois promovem uma vida saudável entre os indivíduos por meio de exercícios e treinos”, que conseguem aliviar doenças físicas, e psicológicas, como depressão, (Kester et al 2021, p.4), e tornam-se atividades importantes também para o combate a pandemia, além de seu poder dentro do empreendedorismo e da economia nacional.

Para demonstrar como o covid-19, afetou um negócio tão grandioso, foram coletados dados junto a um total de 12 academias de ginástica e serão apresentados em duas partes. No primeiro momento, são traçadas algumas características dos estabelecimentos em apreço, tais como tempo da empresa no mercado, número de funcionários, médias de alunos por mês. Posteriormente, são apresentados dados com relação aos sentimentos, aos impactos de modo geral nas academias, (impactos à saúde humana, principais estratégias e oportunidades), e por derradeiro, são abordadas as perspectivas do negócio e os relatos de vivência do período (dificuldades/pontos positivos) que foram relevantes e/ou que gostariam de comentar.

Com base na análise dos dados pelo tempo de existência - gráfico 2 - há uma variedade de período de atuação. A mais nova possui apenas um ano de existência (8,3%), em contrapartida, a mais velha tem quarenta e cinco anos de mercado. Apenas duas academias têm a mesma quantidade de tempo o que representa 16,7%. As demais possuem 8,3% dentro da amostra estudada.

Gráfico 1 - Tempo da empresa no mercado.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras



Fonte: Elaborada pelas autoras

Em relação à quantidade de funcionários em cada academia, é possível observar, na tabela 2, a pluralidade em relação ao número de funcionários. A academia que possui o menor número de funcionários representa 8,3% da amostra, com apenas um funcionário, enquanto a academia que possui o maior número de colaboradores tem treze. É possível identificar, também, duas academias que têm três, cinco e seis funcionários e que juntas representam 50,1% do estudo.

Tabela 2 - número de funcionários.

Quantidade	%
1	8,30%
2	8,30%
3	16,73%
4	8,30%
5	16,73%
6	16,73%
9	8,30%
12	8,30%
13	8,30%

Fonte: Elaborada pelas autoras

A tabela 3 mostra a média de alunos que frequentam as academias por mês, onde podemos constatar que 25% das academias têm em média cem alunos/ mês, seguidas de 16,7% com trezentos alunos/mês. É possível inferir também que o menor público é em torno de cinquenta e sete alunos/ mês e o que possui maior número de alunos tem aproximadamente quatrocentos alunos/ mês.

Tabela 3 – Média de alunos por mês nas academias.

Média de Alunos / mês	%
57	8,33%

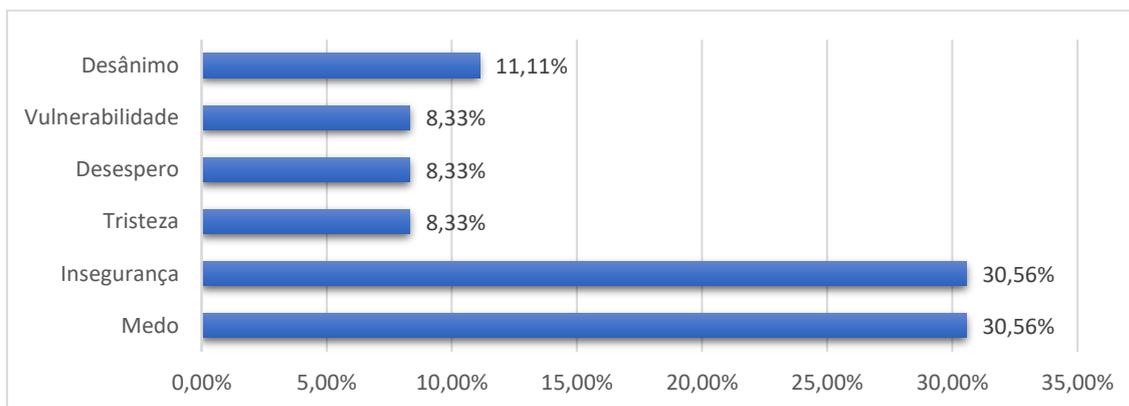
Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

80	8,33%
90	8,33%
100	25%
150	8,33%
190	8,33%
250	8,33%
300	16,69%
400	8,33%

Fonte: Elaborada pelas autoras

O gráfico 2, é ilustrado os sentimentos que mais emergiram, todos decorrentes da situação de pandemia, e, havendo um empate entre medo e insegurança, representando juntos 61,12%, enquanto que desânimo foi apontado por 11,11% dos participantes e 8,33% indicaram tristeza, desespero e vulnerabilidade.

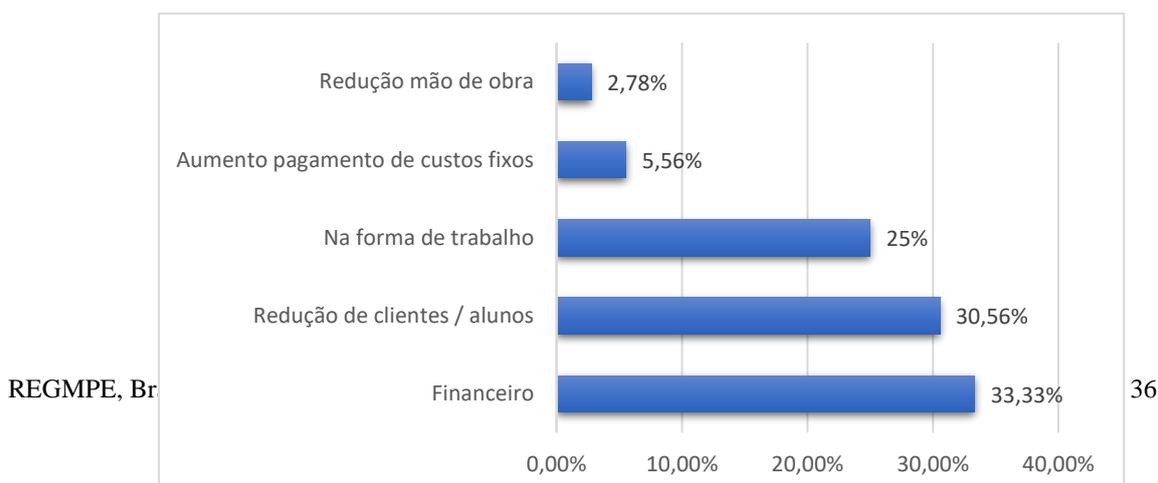
Gráfico 2 - sentimentos que mais emergiram decorrentes da situação de pandemia.



Fonte: Elaborada pelas autoras

O gráfico 3 ilustra que com um percentual de 33,33%, o financeiro foi o item de maior impacto nos negócios. Já a redução de clientes/alunos foi indicada por 30,56% dos participantes, seguidos pela forma de trabalho, com 25%, aumento de pagamento de custos fixos, com 5,56%, e finalizando com 2,78% na redução de mão de obra.

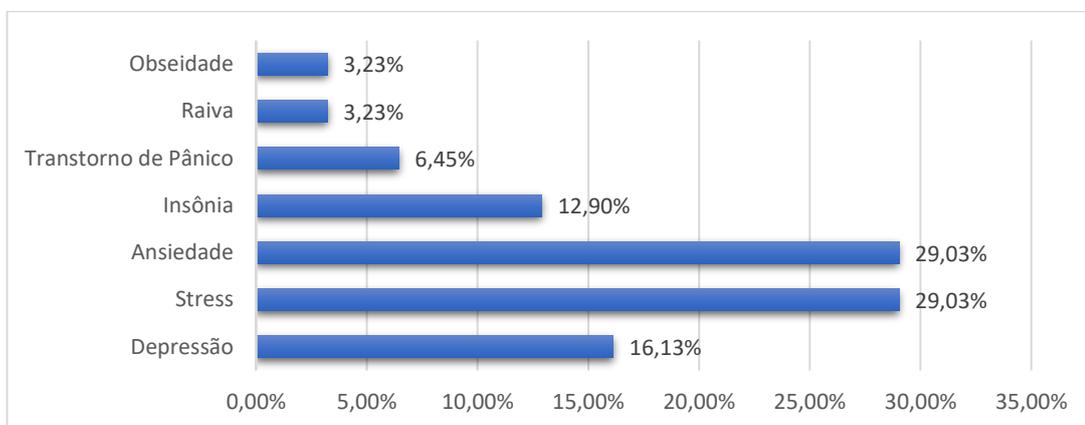
Gráfico 3 - impactos decorrentes da situação de pandemia.



Fonte: Elaborada pelas autoras

Quando questionados a respeito dos impactos sobre a saúde humana que o negócio sofreu, notável, a partir do gráfico 4 - impactos sobre saúde humana que o negócio, que estresse e ansiedade foram os mais identificados com 58,06% em conjunto, depressão com 16,13%, insônia 12,90%, transtorno de pânico 6,45%, raiva e obesidade com 3,23%.

Gráfico 4 - Impactos sobre saúde humana que o negócio sofreu.

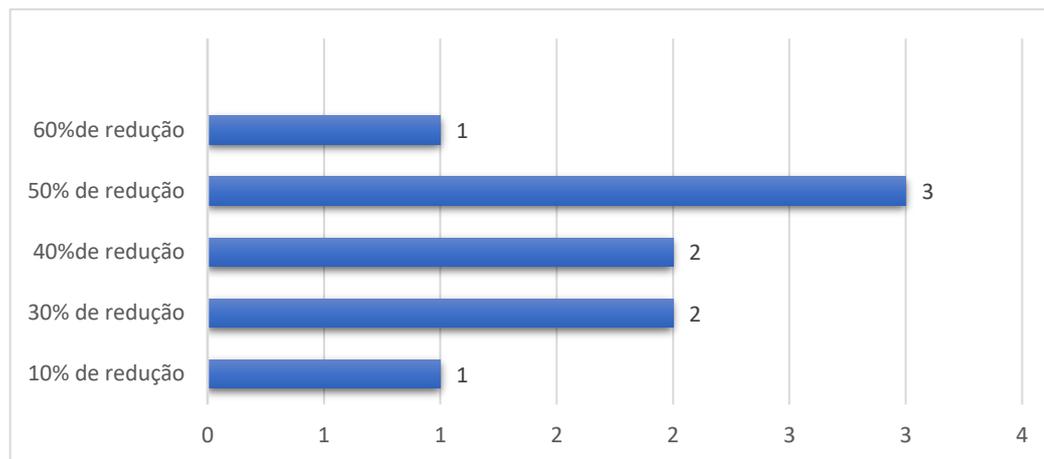


Fonte: Elaborada pelas autoras

Quanto à redução no faturamento, conspícuo no gráfico 5, uma redução de 10% até 50% nas academias durante a pandemia, sendo possível compreender, também, que a redução de 50% foi identificada em 3 academias, o que corresponde 34% da amostragem, e em 2 academias houve uma redução de 40% e 30%.

Gráfico 5 – Redução de faturamento.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras



Fonte: Elaborada pelas autoras

Quanto às estratégias adotadas para manter-se competitivos, o gráfico 6 demonstra que a mídia social foi a estratégia mais utilizada, com 30,56% das respostas indicadas. As outras três estratégias utilizadas foram a divulgação das medidas/protocolos de segurança, com 19,44%, condições de pagamento 13,88% e atendimento em domicílio 11,11%.

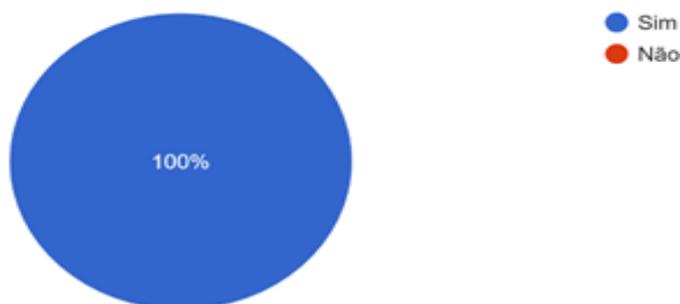
Gráfico 6 – Estratégias para superação aos efeitos da pandemia.



Fonte: Elaborada pelas autoras

Já por meio do gráfico 7, é possível identificarmos que a crise atual foi apontada como oportunidade para 100% dos respondentes do questionário.

Gráfico 7 – Crise atual como oportunidade.



Fonte: Elaborada pelas autoras

O gráfico 8 apresenta, de que forma a crise atual foi vista como oportunidade. Reinventar-se aparece em primeiro lugar com 29,78% das respostas, seguida do aprendizado quanto à utilização de mídias sociais. Com 10,80% há a adaptação de espaço físico por *Home Office*, crescimento em busca de tecnologia e qualificação profissional. Por último, crescimento profissional e negócios.

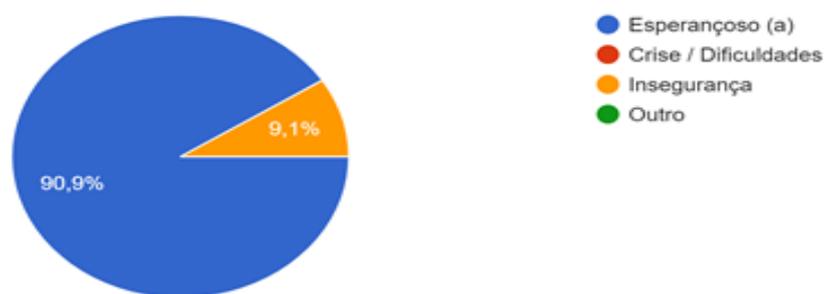
Gráfico 8 – de que forma a crise pode gerar uma oportunidade.



Fonte: Elaborada pelas autoras

O gráfico 9 ilustra que o momento atual das academias é esperançoso para 90,9% dos respondentes, enquanto que apenas 9,1% vê o momento como de insegurança.

Gráfico 9 – Perspectivas.



Fonte: Elaborada pelas autoras

Já em relação à última pergunta, na qual foi solicitado que os participantes destacassem algo que vivenciaram durante a pandemia (dificuldade/ponto positivo), foi possível compreender que grande parte das academias passaram por momentos difíceis financeiramente. Dentre eles, foram mencionados: Academia 1 (2021,s.p.) que os “custos fixos não teve desconto”, e relataram, também: o “medo de perder os alunos”; Academia 2 (2021,s.p.); “alunos cancelaram as aulas por medo” de ir e se aglomerar; Academia 3 (2021,s.p.); “desistência foi grande pelo medo da transmissão do vírus”; Academia 4 (2021,s.p) entre outros.

A questão da saúde mental é algo que merece destaque, também. Um dos participantes - Academia 7 (2021,s.p) relatou que além do “sofrimento financeiramente com demissão de três funcionários, afetou a nossa saúde mental com prescrição médica de remédios ansiolíticos”. Outro discorreu - Academia 8 (2021, s.p.) sobre “esgotamento mental, porém não podemos demonstrar isso para o aluno”.

Alguns pontos importantes foram mencionados pelos respondentes do questionário acerca dessa vivência durante o período pandêmico, tais como: A questão da “importância da atividade física para ser saudável” Academia 8 (2021, s.p); “De início os alunos tiveram muito medo de retornarem, mas com o passar do tempo as pessoas foram se conscientizando da importância do exercício físico e que nesse momento houve um aumento no número de alunos, até pela parte psicológica que estava abalada com a pandemia”Academia 4 (2021, s.p.). “Alunos perceberam que o mental e doenças como ansiedade, depressão, crise de pânico estão em alta e atividade física entra para combater” Academia 5 (2021, s.p.). Reforçando a ideia de conscientização em busca de “Estilo de vida e não momento” Academia 8 (2021, s.p)

No epílogo, denota-se de um modo amplo, que os participantes estão esperançosos com o momento atual, principalmente por ser final de ano, o que, segundo eles, fez com que a

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

procura pelas academias aumentasse e aparecessem muitos “atletas verão” Academia 8 (2021, sp.). Contudo, uma consequência marcante da pandemia será sempre lembrar de “dois anos de privações com familiares próximos, lazer. É que a vida é muito curta”. Academia 7 (2021, s.p)

CONCLUSÃO

O objetivo do estudo foi apresentar os impactos, estratégias e oportunidades empreendedoras durante a pandemia com relação às academias de ginásticas. Dessa forma, impactos econômicos e de saúde foram identificados. Com relação aos sentimentos que emergiram decorrentes da situação de pandemia, podemos destacar os três principais: medo, insegurança e desânimo. Sentimentos negativos que nasceram embasados nas perdas que as academias tiveram.

Entre os impactos que as academias sofreram, de modo geral, destaca-se como os três principais: financeiro, redução de clientes/ alunos e na forma de trabalho. Sobre os impactos à saúde humana, pode-se compreender que stress e ansiedade foram os de maior destaque, seguido de depressão.

Sobre o faturamento, houve redução de 10% a 60%, e em contrapartida, para diminuir o impacto no faturamento, as três estratégias mais utilizadas foram: mídias sociais/propaganda, divulgação das medidas/protocolo de segurança e condições de pagamento.

Aparentemente tratam-se de sentimentos internos e pessoais, mas dentro do perfil empreendedor, estes tem grande valia, pois podem comprometer decisões, levar negócios de sucesso (segundo maior mercado mundial) ao fracasso, por isso é tão importante os identificar e entender o motivo destes, para que por meio do empreendedorismo, o empresário ou o gerente a frente do negócio, dotado de razão enfrente seu real inimigo.

Essa pesquisa demonstrou exatamente isso, o medo e a insegurança dos empreendedores, nada mais são que uma resposta a perda de clientes, e conseqüentemente de renda, em razão disso foram também questionados se a crise poderia gerar oportunidades, e o interessante é que as duas oportunidades mais identificadas para a realização disso fora o aprendizado quanto à utilização de mídias sociais, e a latente necessidade de reinventarem para permanecerem vivas e competitivas no mercado.

Ou seja, donos de academias do interior do estado mais interiorano do Brasil, em tese formados apenas em cursos de Educação Física e sem contato algum a cursos de REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº1, p. 23-47, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 41

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

empreendedorismo, mostram que na prática o espírito empreendedor de cada um dos entrevistados os levou a aprender rapidamente como conduzir os seus negócios em prol de crescimento e reinvenção.

Como sugestão para futuros estudos, propõem-se uma replicação dessa pesquisa de forma mais abrangente, com maior número de cidades e estados analisados para verificação se os impactos, as estratégias e as oportunidades foram semelhantes, e termos uma dimensão exata sobre esse ramo de atividade durante a pandemia, uma vez que cada município teve liberdade para aplicar as restrições como bem quisesse. E como todos afirmaram que a crise pode ser uma oportunidade, fica o questionamento: será que todas as empresas que passaram pela pandemia e sobreviveram não foram empreendedoras em algum momento, mesmo que muitas vezes não tenham seus proprietários não tenham estudado esta disciplina? Outro questionamento que poderá ser respondido: se em todas as profissões houvesse ensino de empreendedorismos, não teríamos profissionais multidisciplinares e competentes e lidar com as adversidades do mercado?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aquino, Eml *et al.* (2020). *Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil 2020*. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25 (Supl.1):2423-2446, 2020, DOI: 10.1590/1413-81232020256.1.10502020.

Bernardes, J. R., Silva, B. L. S., & Lima T. C. F. (2020). *Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios*. Florianópolis, PR: Revista da FAESF.

Castro, et al. (2021). *Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global*. Cali, Colômbia: Estudios Gerenciales.

Cervo, A. L. (2007). *Metodologia científica*. São Paulo, SP: Person Prentice Hall.

Decreto nº 21.071, de 18 de março de 2020. *Dispõe sobre a adoção, no âmbito do Município de Paranavaí, de medidas temporárias e emergenciais de prevenção do contágio pelo Novo Coronavírus (SARS-Cov-2)*. (2020). Disponível em: <https://www.ingabyte.com.br/sistema/arquivos/12101/190320092327_decreto_covid19_18_03_2020_pdf.pdf>. Acessado aos 13/11/2021.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

Dornelas, J. (2017). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6ª ed. São Paulo, SP: Empreede/Atlas.

Drucker, P. (1986). *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo, SP: Pioneira.

FIA - Fundação Instituto de Administração. *Coronavírus e o impacto nos negócios: como preparar sua empresa?*. (2020) Disponível em: <<https://www.fia.com.br/blog/coronavirus-e-o-impacto-nos-negocios/>>. Acesso aos 15/11/2021.

Filion, L. J. (1999). *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. São Paulo, SP. Revista de Administração.

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo, SP: Atlas.

Guimarães, et al. (2020). *O Empreendedorismo no contexto da Covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade*. Manhuaçu, MG: VI Seminário Científico do UNIFACIG.

Guerra, A. C. (2021). *SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Sebrae: setor de academias é um dos mais afetados pela pandemia*. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-07/sebrae-setor-de-academias-e-um-dos-mais-afetados-pela-pandemia>>. Acesso aos 29/11/2021.

International Health, Racquet & Sportsclub Association Global Report. (2020) *The State of the Health club Industry*. Disponível em: <<https://www.ihrsa.org/publications/the-2020-ihrsa-global-report/>>. Acesso aos 29/11/2021.

Ceschini, F. (2021). *Exercícios físicos, imunidade e o combate à Covid-19*. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/coluna/com-a-palavra/exercicios-fisicos-imunidade-e-o-combate-a-covid-19/>> Acesso aos 29/11/2021

Kester, et al. *Gym-Goers Preference Analysis of Fitness Centers during the COVID-19 Pandemic: A Conjoint Analysis Approach for Business Sustainability*. (2021). Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/su131810481>>. Acesso aos 30/11/2021.

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

Kotler, P. (1992). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 2ª ed. São Paulo, SP: Editora Atlas.

Lago, A., et al. *Potencialidades e Espaços ao Empreendedorismo*. (2008). UNISC Universidade de Santa Cruz do Sul: Revista do Departamento de Ciências Econômicas, do Departamento de Ciências Administrativas e do Programa de Pós-Graduação em Administração. Disponível em: <https://doi.org/10.17058/cepe.v0i27.424> Acesso aos 30/11/2021.

León, Q. J, García, U. J., & Burillo, P. (2020). *Best Practices for Fitness Center Business Sustainability: a qualitative vision*. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/su12125067>>. Acesso aos 30/11/2021.

Mahdi, O.R., & Nassar, I.A. *The Business Model of Sustainable Competitive Advantage through Strategic Leadership Capabilities and Knowledge Management Processes to Overcome COVID-10 Pandemic*. *Journal Sustainability*. (2021). Disponível em <<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/17/9891>> Acessado aos 13/11/2021.

Meneses, L. *A importância do planejamento estratégico em tempos de crise*. (2015). Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-do-planejamento-estrategico-em-tempos-de-crise>>. Acesso aos 13/11/ 2021.

Nguyen, H. H., Ngo M., Tram T., & Anh N. (2021). *Financial performances, entrepreneurial factors and coping strategy to survive in the COVID-19 pandemic: case of Vietnam*. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101380>>. Acesso aos 20/11/ 2021.

Ong, A.K.S., Prasetyo, Y.T., Picazo, K.L., Salvador, K.A., Miraja, B.A., Kurata, Y.B., Chuenyindee, T., Nadlifatin, R., Redi, A.A.N.P., & Young, M.N. (2021). *Gym-Goers Preference Analysis of Fitness Centers during the COVID-19 Pandemic: A Conjoint Analysis Approach for Business Sustainability*. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/su131810481>>. Acesso aos 20/11/ 2021.

Perman, G., Puga, C., & Terrasa, I. R. S. (2020). *Daños colaterales de la pandemia por COVID-19 ¿Consecuencias inevitables?* Bueno Aires, Argentina: Rev. Hosp. Ital.

Price Water House Coopers – PWC. (2021). *Cerca de 70% dos negócios foram impactados negativamente pela pandemia*. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº1, p. 23-47, Jan./Abr.2022> www.revistas.editoraenterprising.net Página 44

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

imprensa/release/cerca-de-70-porcento-dos-negocios-foram-impactados-negativamente-pela-pandemia.html>. Acesso aos 01/12/ 2021.

Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios - PNAD. (2021) elaborados pelo IBGE. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil-perde-quase-600-mil-empregadores-em-dois-anos,0b324891f0fffb29069afd2e74addea71e17ivbz.htm>>. Acesso aos 01/12/ 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2021). *Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios - PNAD*. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/27946-divulgacao-semanal-pnadcovid1.html?=&t=o-que-e>. Acessado aos 13/11/2021

Prefeitura Municipal de Paranavaí-PR. (2021). *Relação de econômicos em atividades - número de academias de ginásticas*. Paranavaí, PR.

Prefeitura Municipal de Paranavaí-PR. (2021). Município realiza levantamento de dados sobre prática esportiva. Paranavaí, PR: Disponível em: <<https://www.paranavai.pr.gov.br/noticias/1423561>>. Acessado aos 13/11/2021.

Ratten, V. (2020). *Coronavirus (covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape*. Journal of Small Business & Entrepreneurship. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1790167>>. Acessado aos 01/12/2021.

Samara, B., Barros, J. C. (2017). *Pesquisa de Marketing: conceito e metodologia*. 4ª ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice-Hall.

Schumpeter, J. A. (1947). *The creative response in economy history*. Journal of Economic History, p.149-159.

Sebrae. (2020). *Empreendedorismo em tempos de coronavírus*. Belo Horizonte, MG.

Silva, M. L. S., & Rodrigues, A. (2020). *Economia brasileira pré, durante e pós pandemia do covid -19: impacto e reflexões*. Observatório Socioeconômico da COVID-19. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia>>; Acesso 13 /11/ 2021
REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº1, p. 23-47, Jan./Abr.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 45

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

Silva *et al.* (2021). *Relation between physical activity, COVID-19 and immunity: A literature review. Research, Society and Development*, v. 10, n.6. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/15605>> Acessado aos 01/12/2021.

Timmons, J. *New venture creation*. (1994). 4ª ed. Boston, Estados Unidos da América: Irwin McGraw-Hill.

Apêndice I

Nome da academia: _____

Tempo da empresa no mercado: _____

Número de funcionários: _____

Média de alunos por mês: _____

2) Quais os **sentimentos** que emergiram decorrentes da situação de pandemia? Assinale 3 de maior frequência

Medo Insegurança Desânimo () Outros:

Desespero Vulnerabilidade Tristeza

3) Na sua percepção, quais foram os **impactos de modo geral** que o seu negócio sofreu em virtude da pandemia? Assinale 3 de maior impacto.

Financeiro Aumento pagamento de custos fixos

Redução de clientes / alunos Redução mão de obra

Na forma de trabalho Outros: _____

4) Na sua percepção, quais foram os **impactos à saúde humana** que o seu negócio sofreu em virtude da pandemia? Assinale 3 de maior impacto

Depressão Ansiedade Transtorno de Pânico

Stress Insônia Raiva () Outros: _____

5) Qual foi a estimativa de redução no faturamento? (%) Por exp. 30%...

6) Quais as **principais estratégias** adotadas para manter-se competitivo durante o período de pandemia? Assinale 3 de maior frequência / utilização

Mídias Sociais / propaganda Condições de pagamento

Divulgação das medidas / protocolos segurança Reconfiguração na prestação de serviço

Reavaliando a realidade de cada aluno / cliente Qualificação profissional

Uso de aplicativos específicos Atendimento a domicílio

Outros _____

7) Você visualiza a crise atual **como oportunidade**? () Sim () não.

De que forma? Assinale 3 utilizadas com maior frequência

Academias de Ginásticas em Tempos de Pandemias: impacto, estratégias e oportunidades empreendedoras

- Aprendizado quanto à utilização de mídias sociais Reinventar
 Qualificação profissional Crescimento profissional
 Crescimento em busca de tecnologia Negócios
 Adaptação de espaço físico por *Home Office* Outros: _____

8) Qual sua perspectiva nos negócios para o momento atual?

- Esperançoso (a) Crise / Dificuldades Insegurança Outro

9) Você tem algo a destacar em relação ao momento de pandemia que vivenciou e deseja relatar? (dificuldade / pontos positivos)