



**GEISA DIAS GERINO**

**ZANETE BRITO DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO EM MEIO À CRISE: ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS NO  
SEGMENTO DE VESTUÁRIO FEMININO FITNESS DURANTE A PANDEMIA DA  
COVID19 NO MUNICÍPIO DE CAETITÉ – BAHIA.**

**Guanambi  
2021**

**GEISA DIAS GERINO  
ZANETE BRITO DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO EM MEIO À CRISE: ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS  
NO SEGMENTO DE VESTUÁRIO FEMININO FITNESS DURANTE A  
PANDEMIA DA COVID-19 NO MUNICÍPIO DE CAETITÉ – BAHIA.**

Artigo científico apresentado ao curso de Administração do Centro Universitário UniFG como requisito de avaliação da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador: Prof. Msc. Mauro Lopes Figueiredo.

**Guanambi-BA  
2021**

# EMPREENDEDORISMO EM MEIO À CRISE: ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS NO SEGMENTO DE VESTUÁRIO *fitness* DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 NO MUNICÍPIO DE CAETITÉ – BAHIA.

Geisa Dias Gerino<sup>1</sup>, Zanete Brito da Silva<sup>2</sup>, Mauro Lopes Figueiredo<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Graduanda do curso de Administração no Centro Universitário FG – UniFG

<sup>2</sup>Graduanda do curso de Administração no Centro Universitário FG – UniFG

<sup>3</sup>Docente do curso de Administração no Centro Universitário FG - UniFG

**RESUMO:** Em meio à crise financeira gerada pela pandemia de Covid 19, o aumento da taxa de desemprego subiu excessivamente. Diante desse contexto, algumas pessoas optaram por subsidiar sua renda através do empreendedorismo. Entretanto, algumas estratégias para permanência no mercado foram necessárias de serem utilizadas. O presente artigo procura identificar quais foram as iniciativas tomadas pelos empreendedores dos segmentos de vestuário *fitness* do município de Caetité – Bahia para sobreviverem durante o cenário de crise econômica causada pela pandemia da Covid 19, descrevendo como essas estratégias contribuíram para a sobrevivência financeira durante a pandemia da Covid 19 e quais adaptações de gestão foram implementadas pelas empresas pesquisadas diante das medidas restritivas decretadas pelos órgãos governamentais. Diante dessas indagações, foi direcionado um questionário contendo nove perguntas aplicado em seis lojas. Os resultados demonstraram que houve persistência dos estabelecimentos onde foram aplicados o questionário em permanecer o funcionamento mesmo em modo reduzido de suas atividades. Dentro desse contexto nota-se a utilização de estratégias na conjuntura pandêmica, o que corresponde ao resultado do questionamento levantado na pesquisa.

**Palavras – chave:** Empreendedorismo. Estratégias. Pandemia. Moda Fitness.

**ABSTRACT:** Amidst the financial crisis generated by the Covid 19 pandemic, the increase in the unemployment rate rose excessively. In this context, some people chose to subsidize their income through entrepreneurship. However, some strategies to stay in the market were necessary to be used. This article seeks to identify the initiatives taken by entrepreneurs in the fitness apparel segments in the city of Caetité – Bahia to survive during the economic crisis caused by the Covid 19 pandemic, describing how these strategies contributed to financial survival during the pandemic of Covid 19 and which management adaptations were implemented by the companies surveyed in light of the restrictive measures enacted by government agencies. Faced with these inquiries, a questionnaire containing nine questions was applied to six stores. The results showed that there was a persistence of establishments where the questionnaire was applied to remain functioning even in a reduced mode of their activities. Within this context, the use of strategies in the pandemic context is noted, which corresponds to the result of the question raised in the research.

**Keywords:** Entrepreneurship. Strategies. Pandemic. Fitness Fashion.

Endereço para correspondência: Rua Adevando Santos, nº 37 - Bairro: Santo Antônio, Caetité, Bahia. CEP: 46.400-000.

Endereço eletrônico: [geisadidas35@gmail.com](mailto:geisadidas35@gmail.com), [zanetebrito12.2@gmail.com](mailto:zanetebrito12.2@gmail.com)

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> - Anos de atuação no mercado de vestuário fitness.....	8
<b>Figura 2</b> - Consequências das restrições estabelecidas pelos decretos do município de Caetité – Bahia.....	9
<b>Figura 3</b> - Funcionamento da loja após quase dois anos de pandemia.....	9

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	5
MATERIAIS E MÉTODOS .....	7
RESULTADOS E DISCUSSÕES .....	8
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	11
REFERÊNCIAS.....	12

## INTRODUÇÃO

O surgimento da Covid-19 ocorreu no final de 2019 em Wuhan, na China. Apesar das estratégias para conter a epidemia, novos casos surgiram em outros países e continentes e a doença tornou-se uma pandemia. No Brasil, o primeiro caso foi registrado no início do ano de 2020. Sabe-se que o vírus ocasionou uma crise sanitária e econômica, além do acarretamento de outras mazelas; a taxa de desemprego, apresentada pelo PNAD – Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios, foi de 12,9% no primeiro trimestre 2020, além dos 1,5 milhões de postos de trabalhos perdidos entre março e maio de 2020, segundo o CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Em 2019, ainda segundo a PNAD, o Brasil fechou o ano com 11,9% de taxa de desemprego, 1,7% a menos que 2018. Esses números, entretanto, aumentaram em 1,0% no ano do início da pandemia no país.

Em vista do cenário econômico, o governo em vigência consolidou planos emergenciais com o propósito de reduzir os impactos acarretados pela pandemia. Com o significativo aumento do desemprego, alguns programas foram criados para assegurar condições mínimas de sobrevivência da população. Esses programas, entretanto, foram voltados apenas para os trabalhadores formais do setor privado; como no caso do Bem – Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda. Há, portanto, um impacto negativo sobre os salários pagos nesse setor formal de trabalho em decorrência da perda do rendimento salarial individual. Em seguida, os autônomos, por sua vez, foram beneficiados com o recebimento do auxílio emergencial.

Com a redução dos meios de renda dos trabalhadores informais e a elevação da taxa de desemprego, o empreendedorismo intensificou-se no mundo empresarial. Dado o exposto, a presente pesquisa, através de um estudo exploratório e descritivo investigou as iniciativas de empreendedores do segmento de vestuário *fitness* do município de Caetité – Bahia e como as estratégias adotadas por essas empresas contribuíram para sua sobrevivência durante a pandemia da Covid-19.

Notoriamente, a pandemia da nova corona vírus ocasionou um colapso sanitário devido à alta taxa de contaminação e de mortalidade. Outros prejuízos também foram contabilizados nessa pandemia; alguns surgiram durante a crise

pandemia e outros foram acentuados, como o desemprego e a redução da renda média da população.

Devido as medidas de isolamento e o de distanciamento social, e com intencionalidade de diminuir a contaminação da população pelo vírus, governos das esferas municipais e estaduais implantaram decretos que restringiram o funcionamento de diversos tipos de estabelecimentos comerciais. Somente, os negócios considerados essenciais, tais como, farmácias, supermercados, padarias, entre outros, puderam manter seu funcionamento. Com essas medidas, empresários foram obrigados a fecharem de forma temporária as suas empresas e passaram a investir e impulsionar suas vendas através do e-commerce – vendas online através de plataformas digitais como as redes sociais, aplicativos e/ou sites próprios da empresa.

Vários segmentos foram afetados pela pandemia. Alguns impactos foram semelhantes entre eles, como a dificuldade de equilibrar as finanças e de adaptar a empresa ao mundo virtual. Considerando a insegurança financeira de empreendedores e ponderando o atual cenário econômico, as questões que esta pesquisa procurou responder foram, quais foram as iniciativas tomadas pelos empreendedores dos segmentos de vestuário *fitness* do município de Caetité – Bahia para sobreviverem durante o cenário de crise econômica causada pela pandemia da Covid 19? Como essas estratégias contribuíram para a sobrevivência financeira durante a pandemia da Covid 19? Quais adaptações de gestão foram implementadas pelas empresas pesquisadas diante das medidas restritivas decretadas pelos órgãos governamentais?

Considerando o período atípico e restritivo provocado pelas medidas de isolamento social, lockdown, toque de recolher, fechamento de estabelecimentos comerciais, entre outras medidas em função da pandemia sanitária da Covid19, diversos hábitos da população em geral foram se modificando e tiveram de ser adaptados à uma nova realidade; inclusive para as empresas e seus consumidores. Com o setor comercial não foi diferente, medidas preventivas e restrições nos dias e horários de funcionamento e até o fechamento total obrigatório de estabelecimentos exigiram estratégias de sobrevivência por parte dos empresários do setor. Tratando especificamente do setor de vestuário, um estudo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado da Bahia (FecomercioBA) apontou uma queda de 4,5% no seu faturamento em 2021 comparado com o mesmo período de 2020 (janeiro a agosto).

Partindo desses pressupostos, aguçou-se a intencionalidade de investigar o tema por considerá-lo de suma importância no contexto local econômico. Considera-se, ainda, a escassez de trabalhos acadêmicos no recorte da temática, tornando o estudo inovador no espaço geográfico pretendido desta pesquisa. Ponderou-se também as contribuições acadêmicas e sociais resultantes desse trabalho; quanto à academia, a inovação temática poderá incentivar a exploração do assunto e poderá subsidiar material para futuros estudos e motivo de debate científico. No âmbito social, os resultantes deste estudo poderão atrair a atenção para o tema e contribuir para a descoberta de novas possibilidades de estratégias de superação de crises, sejam elas sanitárias, econômicas ou ambas combinadas.

Dado o exposto, o presente artigo visou investigar as iniciativas de empreendedores do segmento de vestuário feminino de roupas *fitness* no município de Caetité – Bahia durante a pandemia da Covid-19, a partir da identificação das estratégias utilizadas pelos empreendedores para estabelecer sobrevivência financeira e da descrição das adaptações de gestão feitas pelos empreendedores diante as medidas restritivas.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

A pesquisa possui abordagem quantitativa e é do tipo exploratória e descritiva, já que se trata de empresas, neste caso, lojas de vestuário feminino *fitness* (roupas para atividades físicas).

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi adotada a metodologia explicada por PRODANOV e FREITAS, 2013, como uma pesquisa de natureza aplicada, pois, de acordo com os autores, “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos”. A pesquisa será realizada no município de Caetité-BA, localizado na região sudeste do estado, fazendo parte do Alto Sertão da Bahia, cuja população é estimada em 47.515 pessoas (IBGE, 2020).

As próprias autoras desta pesquisa aplicaram, presencialmente, um questionário de modelo *likert*, estruturado e impresso junto aos representantes das lojas. Vale a pena ressaltar que foram devidamente respeitadas às orientações de

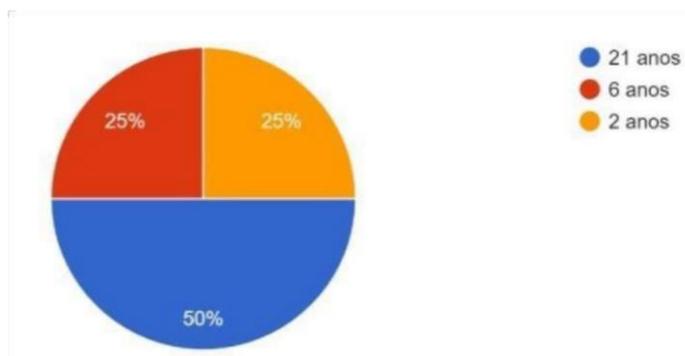
proteção da pandemia COVID-19, como o uso do álcool gel na entrega do questionário, uso de máscara e mantendo a distância adequada na hora da entrevista.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nessa pesquisa, obteve-se o retorno de 100% dos 6 (seis) estabelecimentos comerciais alvos desta pesquisa, ou seja, lojas de vestuário moda *fitness* do município de Caetité – Bahia. A cidade está situada na região do Alto Sertão da Bahia, a 636 km da capital do estado – Salvador, e possui uma população estimada em 51.184 pessoas (IBGE, 2021). O questionário aplicado era composto por 9 (nove), sendo sete objetivas e duas descritivas.

Apenas duas lojas não apontaram o ano de fundação das lojas; ademais, duas possuem 21 anos, uma com 6 anos e a mais nova com 2 anos de funcionamento. As respostas obtidas sem abstenção (totalizando 4) estão representadas na figura 01, representando 50% (21 anos); 25% (6 anos); e 25% (2 anos). Todos os estabelecimentos responderam positivamente que os decretos municipais afetaram o funcionamento das suas lojas, bem como o atendimento.

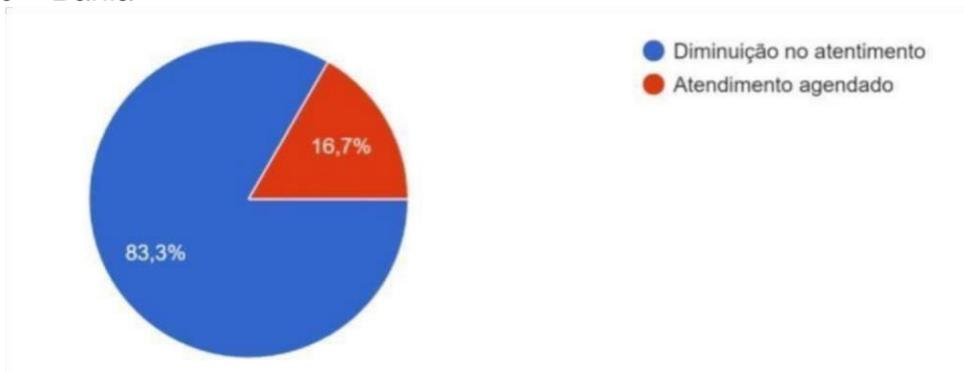
**Figura 1** - Anos de atuação no mercado de vestuário fitness



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quando questionados sobre as consequências dessas restrições, cinco estabelecimentos alegaram diminuição nos atendimentos e uma o atendimento agendado; esse quantitativo está representando na figura 02 com 83,3% e 16,7% respectivamente. As vendas tiveram declínio nesse período.

**Figura 2** - Consequências das restrições estabelecidas pelos decretos do município de Caetité – Bahia



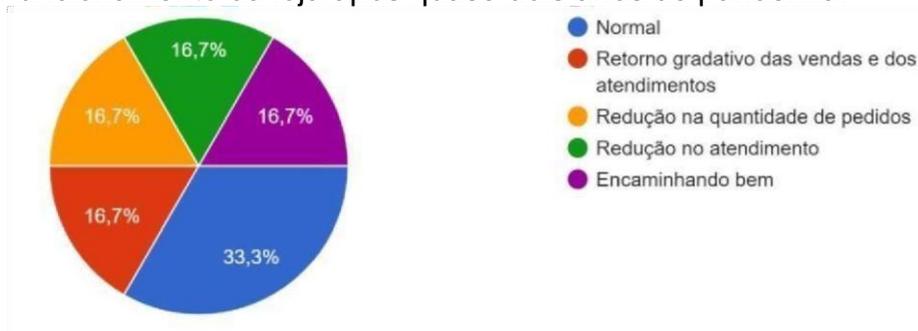
Fonte: Elaborado pelas autoras.

As perguntas seguintes referiram-se as estratégias adotadas para suprir a limitação de atendimento em consequência do decreto municipal, metade respondeu que tiveram bons resultados com as divulgações e vendas no período pandêmico e os outros 50% não lograram resultados satisfatórios. Para concretização das estratégias direcionadas à melhoria das vendas durante o período de restrições estabelecidas pelos decretos do município, foram utilizados sistemas de promoção, *lives* com sorteios, divulgações em redes sociais e compra de novos produtos; uma loja não aderiu nenhuma estratégia.

Sobre o funcionamento da loja após quase dois anos de pandemia, as respostas foram: atualmente normal (duas respostas) – 33,3%; indo aos poucos (retorno gradativo das vendas e do atendimento) – 16,7%, com redução na quantidade de pedidos – 16,7%; redução no atendimento – 16,7%; e encaminhando bem – 16,7%.

A figura 03 apresenta esse percentual.

**Figura 3** - Funcionamento da loja após quase dois anos de pandemia.



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Nenhuma loja aderiu a contratação de novos funcionários para o serviço de *delivery* e seguiram recebendo clientes no ponto físico do seu respectivo estabelecimento. Sobre as providências referentes as questões financeiras e a possível redução no quadro de funcionários devido uma baixa no faturamento, cinco das seis lojas aumentaram as parcelas dos valores a receber dos clientes e uma loja utilizou de ajuda governamental para pagamento dos salários através dos programas de suspensão de contrato e de acordo de redução da jornada de trabalho.

A afirmativa unanime dos impactos ocasionados pelas restrições estabelecidas pelo governo municipal foi confirmada pelos decretos publicados no Diário Oficial do Município, a exemplo do Decreto nº 59, de 20 de abril de 2020 que estabeleceu “medidas relativas ao plano municipal de contingência para enfrentamento do corona vírus”. Dentre as medidas, inclui-se a suspensão de atividades comerciais tidas como não essenciais, incluindo o comércio de vestuário.

Percebeu-se pelas respostas obtidas, que houve persistência dos estabelecimentos onde foram aplicados o questionário em permanecer o funcionamento mesmo em modo reduzido de suas atividades. Dentro desse contexto notou-se a utilização de estratégias na conjuntura pandêmica, o que corresponde ao resultado do questionamento levantado na pesquisa.

Em consideração a densidade demográfica do município e sua relevância para o comércio das cidades circunvizinhas comparado, por exemplo, a cidade de Guanambi – polo regional do comércio (REGIC, 2008), o setor estudado apresentou estabilidade e apesar das adversidades não encerrou suas atividades. Apesar do crescimento significativo de entregas durante a pandemia, não houve adesão aos serviços de *delivery* pelos estabelecimentos pesquisados.

Entre tantas questões pontuadas ao longo do texto, os resultados obtidos da pesquisa revelaram que as lojas realizaram um planejamento e uma administração adaptável às circunstâncias inesperadas provocadas pela Covid 19. Desse modo, notou-se a intensificação da utilização de estratégias que asseguraram a permanência no mercado: promoções; aquisição de novos produtos para venda; sorteios e intensificação das estratégias digitais de vendas (utilização de redes sociais). Esse fortalecimento agregou resultados positivos aos clientes, os comerciantes e os seus funcionários ao dar continuidade a movimentação das atividades econômicas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dado o exposto foi possível averiguar utilização de estratégias diferentes para o mesmo seguimento. Essas atitudes foram decisivas para as lojas manterem-se no mercado diante tantos empecilhos econômicos. As iniciativas tomadas foram distintas em cada estabelecimento pesquisado e tornaram-se cruciais para a sobrevivência durante o cenário de crise econômica causada pela pandemia da Covid-19: sistemas de promoção, *lives* com sorteios, divulgações em redes sociais e compra de novos produtos. Cabe ressaltar que entre as 6 lojas, 1 alegou não ter utilizado alguma estratégia. Foram essas estratégias que estabilizaram a permanência da clientela e a adesão de novos clientes.

Desse modo, fica explícito a necessidade de compreender as demandas mercadológicas pela compreensão da atualidade, visando o bem-estar econômico e estrutural do comércio, funcionários e clientes. Assim, os prejuízos acarretados pela pandemia foram amortizados pelas estratégias utilizadas pelas lojas pesquisadas.

Destacou-se o alcance das respostas dos resultados, pois eles conseguiram atingir os questionamentos iniciais da pesquisa. É esperado que o artigo propicie interesse em pesquisas inerentes à temática e que forneça elementos para futuros estudos na área. O trabalho é de valia, também, para a comunidade em geral, acadêmicos dos cursos de contabilidade e administração, bem como interessados na temática.

Pondera-se a apresentação dos resultados para os entrevistados, de modo que possam averiguar os dados e visualizar novas possibilidades de enfrentamento diante as adversidades, elucidando questões postas no momento vivenciado.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Gabriel. Panorama sobre a atividade econômica antecedente à pandemia de covid-19. **PRODUÇÃO ACADÊMICA**, v. 6, n. 1, p. 50-63, 2020.

CAGED. Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. **Fundo de amparo ao trabalhador**. Disponível em: DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 3. ed.

ECOMMERCE BRASIL. **E-commerce brasileiro cresce 73,88% em 2020, revela índice MCC -ENET**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/ecommerce-brasileiro-crescedezembro/>. Acesso em: 13 de mai. 2021.

FARIAS, Heitor Soares de. O avanço da Covid-19 e o isolamento social como estratégia para redução da vulnerabilidade. **Espaço e Economia. Revista brasileira de geografia econômica**, 2020.

FGV SB. **O varejo não será mais o mesmo**. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/82133/78242>. Acesso em: 19 de mai. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. p. 74.

IESCAMP. **O crescimento da logística de baixo contato**. Disponível em: <https://revista.iescamp.com.br/index.php/redai/article/view/90/59>. Acesso em: 19 de mai. 2021.

IBGE. Agência de notícias: **Desemprego cai em 11,9% na média de 2019; informalidade é a maior em 4 anos**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agenciadenoticias/noticias/2674-1-desemprego-cai-para-11-9-na-mediade2019informalidadee-a-maior-em-4-anos>. Acesso em: 12 de mai. 2021.

IBGE. **Panorama das cidades**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/brasil/ba/caetite/panorama>. Acesso em: 16 de out. 2021.

IBGE. Cidades e estados: **Guanambi**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/guanambi.html>. Acesso em: 12 de mai. 2021.

IBGE. **Região de Influência das Cidades 2007**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008. 201 p. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/regic.shtm?c=6>. Acesso em: 16 de out. 2021.

IBGE. **Pesquisa nacional de amostra por domicílios – PNAD COVID19**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/27946-divulgacao-semanal-pnadcovid1.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 16 de out. 2021.

IMPrensa NACIONAL. Diário oficial da união. **PORTARIA Nº 59, DE 22 DE ABRIL DE 2020**. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-59-de-22-de-abril-de-2020-253753930>. Acesso em: 13 de maio. 2021.

LOCOMOTIVA. **Pandemia inverte equação; as compras vão ao brasileiro**. Disponível em: <https://www.ilocomotiva.com.br/single-post/2020/08/03/folhadespaulopandemiainverte-equa%C3%A7%C3%A3o-as-comprasv%C3%A3oaobrasileiro>. Acesso em: 13 de mai. 2021.

O' Brien, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet**. São Paulo: Saraiva, 2004.

PROCEDE BAHIA. Diário Oficial do Município de Caetité. **Decreto nº59 de 20 de abril de 2020**. Disponível em: <http://www.procedebahia.com.br/caetite/publicacoes/diariooficialprefeituramunicipalde-caetite-ed803.pdf>. Acesso em: 16 de out. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.

SITWARE. Gestão estratégica. **O conceito de estratégia de Mintzberg: aprenda e eleve o nível da sua empresa**. Disponível em: <https://www.siteware.com.br/blog/gestao-estrategica/estrategia-de-mintzberg>. Acesso em: 19 de mai. 2021.

SEBRAE. Agência Sebrae de notícias: empreendedorismo. **Mesmo com pandemia, país registra recorde na abertura de MEI**. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mesmocompandemiapaisregistrarecorde-na-abertura-de-mei>. Acesso em: 13 de mai. 2021.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. *Academy of Management Review* 25: 217–226, 2000.

VIA. Estação Conhecimento: **Estratégias para empreender na pandemia**. Disponível em: <https://via.ufsc.br/estrategias-para-o-empreendedor>. Acesso em: 13 de maio. 2021.