RTA Revista Turismo em Análise

Revista Turismo em Análise - RTA | ISSN: 1984-4867
DOI: http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i1p79-99

Artigos e ensaios

Os Impactos do Coronavírus nos Pequenos Negócios de Turismo no Brasil: uma análise a partir dos dados do Sebrae

Ana Clévia Guerreiro[a]
Graziele Vilela[b]

Resumo

O turismo é um setor altamente vulnerável às crises externas e dependente de políticas públicas. Desde março de 2020, com a declaração pela Organização Mundial da Saúde do estado de pandemia do COVID-19, o setor enfrenta uma severa crise econômica. Apesar das ações de suporte anunciadas pelos governos, o cenário ainda é muito negativo. O Sebrae tem monitorado os impactos do coronavírus nos pequenos negócios, que representam mais de 94% da cadeia produtiva do turismo no Brasil. A partir dos dados secundários oriundos da pesquisa on-line realizada pela instituição, este artigo apresenta, analisa e propõe uma reflexão crítica sobre os principais resultados registrados em doze variáveis. Nos sete meses avaliados, observou-se uma lenta recuperação dos pequenos negócios de turismo, notada pela alta quantidade de estabelecimentos ainda fechados, o que resultou em demissões; pela grande busca por empréstimos; e pelo alto número de empresas inadimplentes. Para reverter este quadro, para além das medidas genéricas em curso, são necessárias políticas públicas específicas para o setor.

Palavras-chaves: Gestão em turismo; Economia e turismo; COVID-19.

Abstract

Coronavírus Impacts on the Small Businesses of Tourism in Brazil: an analysis based on Sebrae data

Tourism is a sector highly vulnerable to external crises and dependent on public policies. Since March 2020, with the declaration by the World Health Organization of the pandemic state of COVID-19, the sector is facing a severe economic crisis. Despite the support actions announced by the governments, the scenario is still very negative. Sebrae has been monitoring the impacts of coronavirus on small businesses, which represent more than 94% of the tourism production chain in Brazil. Based on secondary data from online research conducted by the institution, this article presents, analyzes, and proposes a critical reflection on the main results recorded in twelve variables. In the seven months evaluated, small tourism businesses slowly recovered, as noted by the high number of establishments still closed, which resulted in layoffs; the great search for loans; and the high number of non-performing companies. To reverse this situation, in addition to the ongoing generic measures, specific public policies for the sector are extremely necessary.

Keywords: Tourism management; Economy and tourism; COVID-19.

a. Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brasil. E-mail: cleviaguerreiro@hotmail.com

b. Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília, Brasília, Distrito Federal, Brasil. E-mail: graziele_junia@yahoo.com.br

Resumen

Impactos del Coronavirus en las Pequeñas Empresas Turística de Brasil: un análisis desde los datos del Sebrae

El turismo es un sector altamente vulnerable a las crisis externas y dependiente de las políticas públicas. Desde marzo de 2020, en que la Organización Mundial de la Salud declaró el estado pandémico del COVID-19, el sector enfrenta a una grave crisis económica. A pesar de las acciones de apoyo que fueron anunciadas por los gobiernos, el escenario sigue siendo muy negativo. Sebrae ha estado monitoreando los impactos del coronavirus en las pequeñas empresas, que representan más del 94% de la cadena de producción turística en Brasil. Con base en datos secundarios de la investigación en línea realizada por la institución, este artículo presenta, analiza y propone una reflexión crítica sobre los principales resultados registrados en doce variables. En los siete meses evaluados, hubo una lenta recuperación en los pequeños negocios turísticos, notada por el alto número de establecimientos aún cerrados, lo que resultó en despidos; la gran búsqueda de préstamos; y el elevado número de empresas morosas. Para revertir esta situación, además de las medidas genéricas en curso, son necesarias políticas públicas específicas para el sector.

Palabras clave: Gestión turística; Economía y turismo; COVID-19.

INTRODUÇÃO

Em um breve retrospecto é possível notar a vulnerabilidade do turismo mundial às crises oriundas do ambiente externo, seja ele econômico, social, político ou ambiental (Beni, 2020; Gössling et al., 2020). Gonçalves e Ferreira (2013) citam como exemplos o surto de febre aftosa no Reino Unido em 2001, que impactou especialmente o turismo de Londres; os atentados de 11/09/2001 nos Estados Unidos que, ao longo de dois anos, registraram uma queda de 34% dos passageiros de voos domésticos e 23% de voos internacionais; e as inundações em Praga, em agosto de 2002, que reduziram o número de visitantes em cerca de um terço.

Em 11/03/2020, o mundo testemunhou o início de mais uma dessas crises, dessa vez sanitária. A Organização Mundial da Saúde - OMS elevou o estado de contaminação do COVID-19 à pandemia (UNA-SUS, 2020). Esta notícia desencadeou uma série de medidas para se evitar a propagação do vírus, como o fechamento de fronteiras, a quarentena da população e a paralisação de diversos setores econômicos (Marcelino, Rezende & Miyaji, 2020), dentre eles o turismo. Hall, Scott & Gössling (2020) afirmam que já naquele mês, cerca de 90% de toda a população mundial enfrentava algum nível de restrição às viagens internacionais. Além da limitação de movimentações internas que alguns países também passaram a adotar. Os destinos que antes estavam sofrendo com o "*overtourism"* se viram em uma condição de "*non-tourism*" (Gössling et al., 2020).

No intuito de monitorar os impactos do COVID-19 nos pequenos negócios o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae vem realizando a pesquisa *on-line* quantitativa "O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios". Em outubro de 2020, foi publicada a 8ª edição, a primeira foi realizada em março. Tem-se, então, um horizonte temporal de sete meses que compreende o fechamento total das atividades econômicas até a retomada, por meio dos protocolos de segurança.

No período selecionado, foram avaliadas diferentes variáveis que estão interligadas e indicam o impacto econômico sofrido por estas empresas: 1) a proporção de estabelecimentos que fecharam temporariamente e 2) definitivamente; 3) a variação do faturamento semanal; 4) o impacto da crise no faturamento mensal; 5) a quantidade de pessoas ocupadas; 6) a proporção de pequenos negócios que tiveram que demitir funcionários durante a crise; 7) a média de demitidos; 8) a proporção de pequenos negócios que contrataram funcionários; 9) a percepção de quais medidas governamentais seriam mais importantes para minimizar os impactos da crise; 10) a recorrência a empréstimos; 11) a inadimplência dos pequenos negócios; e 12) a expectativa para a recuperação da economia brasileira.

Dessa maneira, o objetivo deste artigo é apresentar e analisar os dados coletados pelo Sebrae, enfatizando os impactos do fechamento de longo prazo. E, a partir desta análise, refletir sobre o real cenário da crise enfrentada pelos pequenos negócios de turismo no Brasil e a importância das políticas públicas.

Ressalta-se ainda que apesar da representatividade no turismo brasileiro, há poucos estudos atuais sobre os principais indicadores econômicos dos pequenos negócios (Silva & Anjos, 2015). Nesse sentido, julga-se que o presente artigo poderá também contribuir na melhoria desse cenário da literatura, já que apresentará um recorte dos pequenos negócios durante a pandemia. E, por meio desses insumos, será possível apoiar a discussão de políticas públicas para o setor, principalmente no que se refere a recuperação destes estabelecimentos.

OS PEQUENOS NEGÓCIOS DE TURISMO

Os governos de diferentes países começaram a apresentar interesse pelas Micro e Pequenas Empresas - MPE no final do século XX (Lorga & Opuszka, 2013) quando, impulsionado por diversas crises econômicas, o modelo de desenvolvimento vigente, baseado na produção em série, passou a ser questionado (Terence, 2002). É neste momento que se verifica que a existência de um agrupamento de MPE no território levava a menor concentração de mercado e a melhor distribuição de renda, fatores cruciais para a estabilidade política e social da época (Terence, 2002; Lorga & Opuszka, 2013).

No Brasil, o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, também conhecido como Lei Geral, regulamenta o tratamento diferenciado e simplificado a este grupo. A referida Lei, incialmente publicada em 2006[1], estabelece os tipos jurídicos e os classifica, em consonância com a receita bruta auferida anualmente, para fins de enquadrá-los no tratamento diferenciado. Em seu Art. 3º é estabelecida a classificação, conforme descrito nos incisos:

> I – no caso da microempresa, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e
> II – no caso de empresa de pequeno porte, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual

1. Em 2016 é publicada a Lei Complementar 155/2016 que aumenta os valores máximos para o MEI, ME e EPP.

ou inferior a R$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) (Lei Complementar nº 123/2006, 2006).

Em 2008, a Lei Complementar nº 128 altera a Lei Geral e cria a figura do Microempreendedor Individual – MEI, descrito no Art. 18-A, § 1º, como um empresário individual, ou empreendedor individual, cujo limite auferido da receita bruta no ano anterior seja de até R$ 81 mil.

Estima-se que atualmente existem no país, aproximadamente, 1,9 milhões de empresas de turismo formalizadas[2]. Destas, cerca de 1,8 milhões são MPE, ou seja, 94,74% (Sebrae, 2020). Esta predominância se deve principalmente a três fatores: volume de capital necessário para abrir um negócio de pequeno porte que tende a ser menor, baixa exigência de conhecimento técnico, e poucas barreiras de entrada, em comparação com outros setores (Teixeira & Morrison, 2004).

Na literatura sobre pequenos negócios no Brasil é comum encontrar referências sobre a atuação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (Marcelino et al., 2020; Oliveira, 2020; Vilela, 2018; Silva & Anjos, 2015; Costa & Nascimento, 2010). Criado em 1972, o Sebrae é uma instituição que tem como missão a promoção da competitividade e do desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios no país (Sebrae, 2020). Para atingir este objetivo, o seu planejamento estratégico elege como prioritários os Programas Nacionais, que são desdobrados na atuação das unidades estaduais, os Sebrae/UF. Um destes Programas é o "Brasil + Competitivo", que contempla o turismo e abrange as seguintes atividades: meios de hospedagem, agências de viagens e serviços de reserva, operadores turísticos, eventos, atrativos e alimentação fora do lar (Sebrae, 2020). Tem-se, então, um universo amplo e heterogêneo de estabelecimentos que integram o setor de turismo e que estão sofrendo os impactos de uma crise imediata e persistente (Parsons, 1996), e talvez sem precedentes, ocasionada pela pandemia do COVID-19.

Este universo dos pequenos negócios de turismo compreende diversas atividades e setores que, por vezes, guardam poucas semelhanças entre si, o que dificulta uma correta caracterização (Goss, 1991; Costa, 2005; Santos & Kadota, 2010). Há linhas de estudiosos que sustentam que a classificação de uma empresa como turística deve se basear no consumo dos turistas, ou seja, na demanda e não na oferta. Por outro lado, há também a defesa de que esta análise deva ser mais completa e pautada por outros elementos, como a cooperação com o ecossistema de turismo e a definição de estratégias focadas na atração dos turistas (Costa & Nascimento, 2010).

O que há em comum nessas duas linhas teóricas é o entendimento de que as empresas de turismo, por mais diversas que sejam, precisam de uma figura central para acontecer: os visitantes. E na ausência deles, em função das medidas para se evitar o contágio do COVID-19, o setor está passando por uma crise sem precedentes e de difícil recuperação. Em pesquisa realizada em abril de 2020 por Bartik et al. (2020) nos Estados Unidos, constatou-se que passados seis meses de fechamento, as chances de sobrevivência para os pequenos negócios de turismo daquele país, incluindo os meios de hospedagem, caíam para 25%.

2. No Painel de Empresas (https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/), no campo "Segmentos Agrupados pelo Sebrae" foram selecionados os segmentos Alimentos e Bebidas e Turismo.

Em um cenário prolongado de *lockdown*, ou fechamento parcial, os pequenos negócios, em razão da sua própria natureza, estão mais expostos as consequências negativas, tais como a queda vertiginosa no faturamento, demissões de funcionários e contração de dívidas. Para conseguirem sobreviver nestas condições adversas da pandemia, estas empresas precisam de medidas governamentais robustas (FGV, 2020; Zylberstajn, 2020). Tendo em vista que a preservação de vidas depende dessas restrições mais rígidas de isolamento social, é fundamental que haja um planejamento coeso para evitar o fechamento definitivo desses negócios.

OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO COVID-19 NO TURISMO

Desde o fechamento das atividades econômicas não-essenciais foram publicados diferentes estudos que tentam projetar os impactos do Coronavírus na economia do turismo. Em um deles, publicado em março, a Organização Mundial do Turismo – OMT (2020) estimou uma queda de 20% a 30% nas chegadas de turistas internacionais no mundo em 2020. Tal queda resultaria um declínio de US$ 300-450 bilhões nas receitas internacionais. Por sua vez, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, citado por Gössling et al. (2020), estimou um prejuízo ainda maior de US$ 2,1 trilhões.

Dois meses depois, em maio, a OMT (2020) publicou que o atual cenário indicava uma queda mais acentuada, de 58% a 78%, nas chegadas de turistas internacionais. Esta proporção poderia variar de acordo com o ritmo da suspensão das restrições de viagens e da reabertura das fronteiras. Dessa maneira, foram projetados três cenários: 1) com a suspensão das restrições e a reabertura das fronteiras em julho, a queda das chegadas de turistas internacionais poderia ser de 58%; 2) caso isso ocorresse apenas em setembro, esse número aumentaria para 70%; e 3) em dezembro chegar-se-ia à queda de 78%. Com essas taxas, o declínio das receitas poderia ir de US$ 910 bilhões a US$ 1,2 trilhões. Assim, o turismo mundial chegaria ao seu pior resultado desde 1950, quando as séries históricas dos dados foram iniciadas (OMT, 2020).

Estas projeções praticamente se concretizaram. O *lockdown* adotado no final de 2020 por países europeus como Alemanha, Espanha, Inglaterra, Itália e Portugal, para conter os efeitos da segunda onda de Coronavírus, afasta ainda mais perspectiva de uma retomada de turistas internacionais. Este cenário desfavorável foi reforçado com a confirmação do surgimento no Brasil das variantes do coronavírus SARS-CoV-2 que levou a Colômbia, Portugal, Alemanha e Turquia a suspenderem temporariamente os voos para o Brasil. Apesar da estagnação no número de chegadas internacionais no país, esse fluxo gerava um aporte de recursos na economia, o qual também beneficiava os pequenos negócios.

Em dezembro de 2020 a OMT (2020) publicou a atualização do *World Tourism Barometer* que indicou uma queda de 72% das chegadas de turistas internacionais, de janeiro a outubro de 2020. Como resultado, estima-se uma perda de US$ 935 bilhões em receitas do turismo internacional. A partir desses dados, os especialistas ouvidos pela Organização entendem que o turismo internacional começará a se recuperar apenas no segundo semestre de 2021. Já o retorno aos níveis antes da pandemia demoraria de 2 anos e meio a 4 anos (OMT, 2020).

No Brasil, devido ao seu arranjo institucional, no qual os estados federativos têm autonomia administrativa (Costa, 2016), as medidas restritivas para evitar a propagação do Coronavírus variaram de acordo com a determinação das administrações públicas estaduais e municipais. Por isso, a paralisação das atividades econômicas não foi uniforme no país. Contudo, diversos destinos turísticos brasileiros adotaram o isolamento social como principal medida. E, em nível nacional, houve o fechamento de fronteiras terrestres e restrição a entrada via aérea (FGV, 2020).

Estudos preliminares sobre os impactos do COVID-19 no turismo no Brasil, conduzidos pela Fundação Getúlio Vargas - FGV (2020), tinham como expectativa um início de estabilização do setor após três meses de interrupção. Posteriormente, este período foi revisto para cinco meses. Assim a recuperação para o turismo doméstico demoraria doze meses e para o internacional vinte quatro meses. Importante frisar que o Turismo, quando entendido como uma atividade econômica, possui diversas particularidades, como a perecibilidade, já que os produtos turísticos não podem ser armazenados ou estocados (Santos & Kadota, 2012). Nesse sentido, esta recuperação não seria integral já que as perdas são irreversíveis.

Considerando esse período de interrupção, de cinco meses, estima-se uma perda econômica do turismo de R$ 161,3 bilhões para o biênio 2020-2021. Há de se ressaltar que o fechamento das empresas de turismo impacta também no desempenho de outros setores que dependem do mercado de viagens. Contudo, as atividades mais afetadas seriam as das agências e das organizadoras de viagens. E as menos afetadas, em função da possibilidade dos serviços de entrega, seriam as dos bares e restaurantes (FGV, 2020).

Conforme indica Oliveira (2020), a partir de pesquisas realizadas pelo Sebrae (2020), o turismo, juntamente com o comércio varejista e o setor de alimentos e bebidas (que também pode se integrar a cadeia produtiva do turismo), é o segmento econômico que mais está sendo impactado pelas medidas contra o coronavírus. A recuperação do setor está diretamente ligada ao tempo de fechamento das atividades. Quanto mais tempo as empresas permanecerem fechadas, mais lenta e complexa será a retomada (FGV, 2020). Os impactos mais visíveis são a queda do faturamento e a necessidade de demissão de funcionários. Já nos meses de março e abril de 2020, considerando apenas as empresas de alojamento e alimentação, o saldo de geração de emprego foi de -211.722 vagas, número superior ao registrado nas crises de 2015 e 2017 (-100.281 vagas) (FGV, 2020). Destaca-se ainda que a previsão é de que o setor de alimentos e bebidas seja responsável por até 800 mil demissões no país (Oliveira, 2020).

Para reverter este quadro "urgem políticas específicas [...]. Medidas genéricas não serão mais suficientes" (FGV, 2020, p. 11). Em linha com essa afirmação, o presente artigo apresentará a percepção dos pequenos negócios sobre quais medidas governamentais lhe seriam mais úteis nesta pandemia.

A IMPORTÂNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A RETOMADA DO TURISMO

As políticas públicas podem ser entendidas como o fluxo de decisões e o conjunto de ações concretas realizadas pelo poder público para alcançar os resultados

desejáveis para as demandas da sociedade (Saravia, 2006). Elas podem tanto estimular quanto inibir o desenvolvimento do turismo (Lohmann & Panosso Netto, 2008), são condicionadas a uma série de variáveis e estão em constante transformação, fato que demanda um permanente reexame dos papéis governamentais (Hall, 2001; Saravia, 2006; Naim, 2015). Entre os principais motivos que aceleram esse reexame, estão: mudanças bruscas nos contextos econômicos e institucionais; questões críticas relacionadas à globalização; alteração nas necessidades sociais; surgimento de novas tecnologias; atuação da mídia; aumento da participação nos processos decisórios; e exigências de maior transparência na esfera pública (Saravia, 2006). A pandemia do COVID-19 parece ser também um motivo de reexame desses papéis governamentais.

Estimativas iniciais indicam que em 2020, em função da pandemia, o turismo deixou de injetar na economia brasileira cerca de R$ 31,3 bilhões. O setor é um dos que apresenta maior dificuldade operacional para a retomada pois, depende de uma série de fatores externos, como a segurança sanitária dos países (FGV, 2020). Nesse sentido, retomar o crescimento do turismo exigirá muito mais do que a retomada das atividades econômicas no país. Conforme afirmam Gössling et al. (2020):

> [...] há muitas evidências de que COVID-19 será diferente e transformador para o setor de turismo. Os governos apenas começam a compreender que, ao contrário de outros setores empresariais, a receita do turismo é perdida permanentemente porque a capacidade não vendida - por exemplo, em acomodação - não pode ser comercializada nos anos subsequentes, com implicações correspondentes para o emprego no setor (p.4, tradução nossa)[3].

A recuperação tende a ser lenta, iniciando pelo retorno das viagens essenciais motivadas principalmente por tratamentos de saúde e visita a parentes e amigos (Oliveira, 2020). Contudo, para que isso aconteça também será necessário que os governos, das diferentes esferas, preparem medidas de resgate para o setor de turismo (FGV, 2020).

Até o momento, as principais ações em âmbito federal foram: facilitação de operações de crédito, com condições especiais, mas sem diminuição considerável de juros; postergação do prazo para o recolhimento de tributos do SIMPLES; disponibilização de auxílio emergencial para MEI e informais; possibilidade das empresas suspenderem os contratos de trabalho ou reduzirem a jornada e proporcionalmente o salário dos funcionários celetistas; antecipação de férias coletivas; e saque emergencial do FGTS (Oliveira, 2020; Sebrae, 2020; Zylberstajn, 2020).

Especificamente sobre a temática crédito, destaca-se que em 18/05/2020, o governo federal publicou o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - PRONAMPE, instituído pela Lei nº 13.999, de 18 de maio de 2020[4]. O Sebrae também se mobilizou e firmou parcerias com diferentes instituições financeiras para facilitar o acesso às linhas de crédito por meio do Fundo de Aval para Micro e Pequenas Empresas – FAMPE e passou a oferecer o

3. [...] there is much evidence that COVID-19 will be different and transformative for the tourism sector. Governments only begin to understand that, unlike other business sectors, tourism revenue is permanently lost because unsold capacity – for instance in accommodation – cannot be marketed in subsequent years, with corresponding implications for employment in the sector.

4. Esta lei também alterou as seguintes leis: nº 13.636/2018, nº 10.735/2003 e nº 9.790/1999.

Programa de Crédito Assistido, que acompanha os pequenos negócios em todas as fases da operação (Sebrae, 2020). Entretanto, conforme aponta Oliveira (2020), tendo como base pesquisas realizadas pelo Sebrae, 60% dos pequenos negócios que recorreram a empréstimos bancários tiveram seu pedido negado.

Apesar de reconhecer a importância dessas medidas, a FGV (2020) destaca que elas são genéricas e insuficientes para evitar as demissões no turismo. Seriam necessárias medidas para regulações e regulamentações, oferta diferenciada de crédito, extinção temporária ou redução de taxas e impostos e planos específicos para os diferentes segmentos. Tamanho desafio demanda liderança em nível público e das entidades empresariais representativas do turismo, organizadas de forma a encaminhar os pleitos dos diferentes elos da cadeia turística (FGV, 2020).

Nesse sentido, a retomada do crescimento do turismo exigirá um árduo trabalho dos diversos atores. Principalmente para a recuperação dos pequenos negócios que representam mais de 94% da cadeia produtiva do turismo no país (Sebrae, 2020) e foram fortemente impactados pela pandemia, conforme poderá ser observado nos resultados apresentados neste artigo.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Considerando o cenário pandêmico que o mundo enfrentou em 2020 e o fechamento de diversas atividades econômicas, tem-se como questão norteadora que o turismo no Brasil é um dos setores que mais sofre com os impactos da COVID-19. Partindo do dado de que a cadeia produtiva do turismo é composta por mais de 94% de pequenos negócios, entendeu-se ser relevante focar nos impactos sofridos por estas empresas.

Sendo assim, o presente artigo utilizou como fonte de dados secundários oito edições da pesquisa *on-line* quantitativa "O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios – Visão por segmentos econômicos", realizada pelo Sebrae nas datas:

Quadro 1 – Período de Realização das Edições da Pesquisa

Edições	Período de Realização
1ª	19 a 23/03/2020
2ª	3 a 7/04/2020
3ª	30/04 a 05/05/2020
4ª	29/05 a 02/06/2020
5ª	25 a 30/06/2020
Edições	**Período de Realização**
6ª	27 a 30/07/2020
7ª	27 a 31/08/2020
8ª	28/09 a 01/10/2020

Fonte – Elaborado pelas Autoras (2021).

Da 1ª até a 8ª ed. tem-se, aproximadamente, sete meses de acompanhamento. Todas as edições da pesquisa são de acesso público e estão disponíveis no

ambiente DataSebrae[5]. Segundo o Sebrae (2020), o erro amostral foi calculado em 1%, para mais ou para menos, com um intervalo de confiança de 95%. Participaram da pesquisa apenas os pequenos negócios e a amostra variou em cada uma das edições:

Tabela 1 – Variação da Amostra nas Edições da Pesquisa

Edições	Amostra Geral	Respondentes do Segmento de Turismo	Respondentes do Segmento Serviços de Alimentação
1ª	9.105	277	1.641
2ª	6.080	157	1.239
3ª	10.384	348	1.425
4ª	7.703	257	1.056
5ª	6.470	-	-
6ª	6.506	-	-
7ª	7.586	308	1.016
8ª	6.033	229	791

Fonte – Adaptado de Sebrae, 2020.

Destaca-se que a pesquisa separou os respondentes enquadrados no segmento de "Serviços de Alimentação" daqueles enquadrados no de "Turismo". Para manter a coerência com o documento do Sebrae "Plano Estratégico 2020-2023 Documento de Referência para os Programas Nacionais", neste artigo serão apresentados os resultados dos dois segmentos. Também se optou por apresentar os resultados gerais, o que possibilita comparar o desempenho dos segmentos de Serviços de Alimentação e Turismo, com o de todos os segmentos econômicos pesquisados.

Sendo assim, este estudo tem caráter exploratório-descritivo. A análise de dados foi baseada na técnica de análise de conteúdo, seguindo-se as fases de determinação das unidades de análise, definição de categorias de análise, organização de um quadro de dados e interpretação inferencial (Bardin, 1977; 2011).

No Quadro 2 constam as unidades de análise escolhidas para o presente artigo, a respectiva definição proposta pelos autores e de quais edições da pesquisa elas foram coletadas:

Quadro 2 – Definição das Unidades de Análises Adotadas

Unidade de Análise	Definição	Coletada das Edições
Variação do Faturamento Semanal	Mensura o quanto o faturamento dos pequenos negócios variou de uma semana para a outra durante a pandemia.	Todas
Impacto no Faturamento Mensal	Identifica se o faturamento mensal dos pequenos negócios diminuiu, se manteve ou aumentou durante a pandemia.	Todas

(continua...)

5. https://datasebrae.com.br/covid

Quadro 1 – Continuação.

Unidade de Análise	Definição	Coletada das Edições
Fechamento Temporário	Identifica se os pequenos negócios pararam de funcionar temporariamente durante a pandemia.	Todas
Fechamento Definitivo	Identifica se os pequenos negócios pararam de funcionar definitivamente durante a pandemia.	Todas
Quantidade Média de Pessoas Ocupadas	Mensura a quantidade média de pessoas ocupadas nos pequenos negócios durante a pandemia.	Todas, exceto na segunda edição
Demissão de Funcionários	Identifica se os pequenos negócios demitiram funcionários durante a pandemia.	Todas
Número Médio de Demitidos	Mensura o número médio de demitidos pelos pequenos negócios	Da terceira a sétima edição
Contratação de Funcionários	Identifica se os pequenos negócios contrataram funcionários durante a pandemia.	Nas duas últimas edições
Medidas Governamentais que Poderiam Ajudar	Lista quais medidas governamentais os pequenos negócios consideram que poderiam ajudar a minimizar os impactos da crise.	Nas três primeiras edições
Recorrência por Empréstimos	Mensura a quantidade de pequenos negócios que procurou por empréstimos devido a pandemia.	A partir da segunda edição
Expectativa para a Recuperação da Economia Brasileira	Mensura o período que os pequenos negócios consideram que vai demorar para a economia brasileira se recuperar.	1ª, 2ª, 3ª, 4ª, 6ª e 8ª

Fonte – Elaborado pelas Autoras (2021).

Segue-se, então, para a apresentação e análise dos resultados obtidos na pesquisa realizada pelo Sebrae.

RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E ANÁLISE

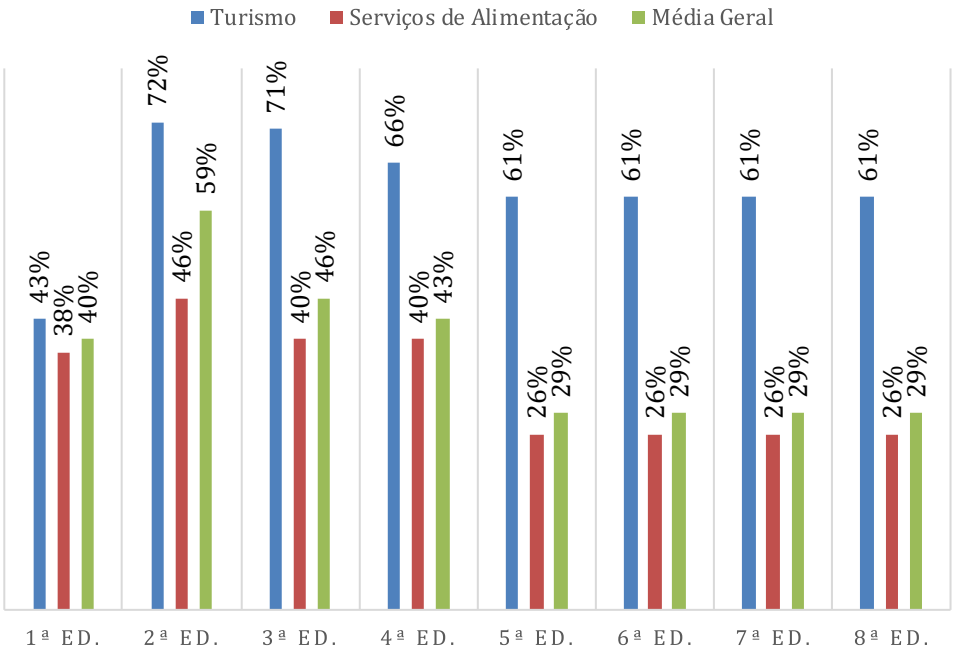
Visando a melhor apresentação dos resultados, fez-se uma análise comparativa das unidades (Quadro 2) de modo a evidenciar a evolução de alguns indicadores nos meses avaliados. Ressalta-se que ao longo das edições, perguntas foram acrescentadas ou suprimidas da pesquisa realizada pelo Sebrae, inviabilizando algumas análises temporais.

Os Impactos do Fechamento de Longo Prazo: Demissões

Já nas primeiras semanas após a declaração da OMS do estado de pandemia, os pequenos negócios no Brasil davam sinais da gravidade dos impactos que a crise ocasionaria. Conforme representado no Gráfico 1, o fechamento temporário

dos estabelecimentos teve seu pico na segunda edição da pesquisa (realizada em abril). Na ocasião, 72% dos pequenos negócios de Turismo, 59% da média geral e 46% dos pequenos negócios de Serviços de Alimentação responderam que tinham fechado temporariamente:

Gráfico 1 – Fechamento Temporário dos Pequenos Negócios



Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

Confirmando o indicado por Oliveira (2020), nota-se que para o Turismo o ritmo de reabertura **é** mais lento que nos demais segmentos, sendo que na oitava edição, 61% dos pequenos negócios turísticos ainda estavam fechados temporariamente, enquanto a média geral foi de 29%. Os Serviços de Alimentação, comparativamente, registraram um melhor resultado com 26% dos negócios fechados temporariamente.

O pico do fechamento definitivo, por sua vez, ocorreu na primeira edição da pesquisa (março). Neste período, 27% dos pequenos negócios de Turismo e de Serviços de Alimentação responderam que haviam fechado definitivamente. A média geral foi de 25%. A partir da segunda edição, esta proporção se manteve mais estável, variando de 1% (3ª ed.) a 4% (2ª e 4ª ed.) de respondentes do segmento de Turismo, 4% (2ª ed.) a 6% (a partir da 5ª ed.) de Serviços de Alimentação e de 3% (3ª e 4ª ed.) a 4% (a partir da 5ª ed.) na média geral de todos os segmentos econômicos.

Estes dados mostram uma tendência maior de sobrevivência àquela identificada por Bartik et al. (2020) nos Estados Unidos. Os autores constataram que passados seis meses de fechamento, as chances de sobrevivência para os pequenos negócios de turismo daquele país, incluindo os meios de hospedagem, caíam para 25%.

Outro indicador avaliado refere-se à quantidade média de pessoas ocupadas nos pequenos negócios. Ressalta-se que na segunda edição esta questão não foi abordada. Considerando as sete edições que a mensuraram, nota-se que houve uma queda expressiva na média de pessoas ocupadas no segmento de Turismo. Na primeira edição, a média foi de 15,7 pessoas ocupadas. Já na terceira edição (final de abril e início de maio), esta média foi para 4,2 pessoas ocupadas. Tanto para

Serviços de Alimentação quanto na média geral, foram registradas quedas a partir da primeira edição. Mas menos expressivas, conforme pode ser visto na Tabela 2:

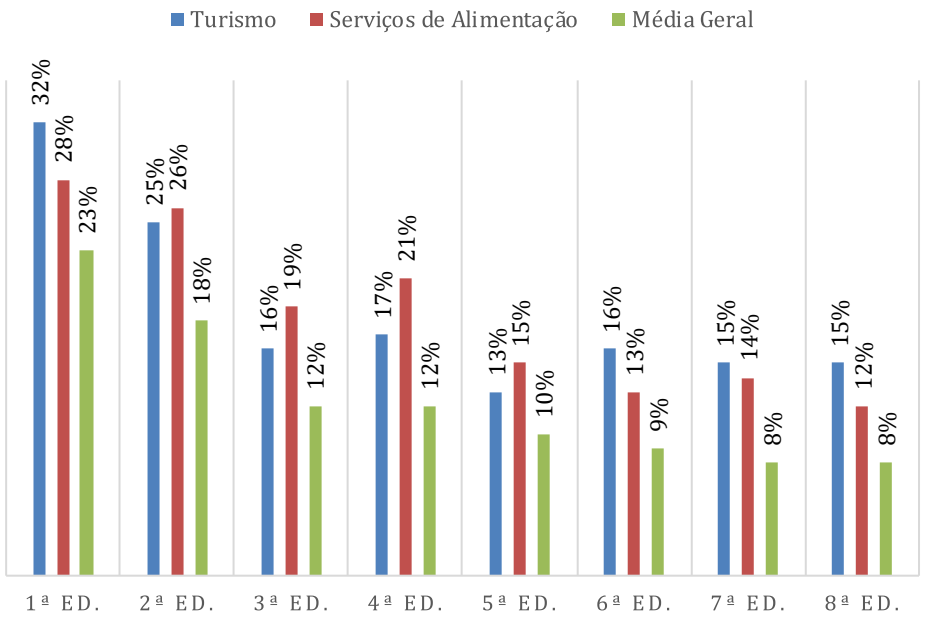
Tabela 2 – Quantidade Média de Pessoas Ocupadas

Edições	Turismo	Serviços de Alimentação	Média Geral
1ª	15,7	6	6
2ª	-	-	-
3ª	4,2	4,2	3,6
4ª	3,2	4,1	3,4
5ª	3,4	4,2	3,4
6ª	3,6	4,2	3,5
7ª	4,1	4,7	3,7
8ª	4,2	4,7	4,1

Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

Ainda referente a equipe de trabalho, a pesquisa abordou as demissões realizadas nos últimos 30 dias em função da pandemia. O pico de demissões foi registrado na primeira edição, quando 32% dos pequenos negócios de Turismo, 28% de Serviços de Alimentação e 23% na média geral informaram que demitiram funcionários. A partir da segunda edição esse percentual começa a diminuir, como pode ser observado no Gráfico 2:

Gráfico 2 – Proporção de Respondentes que Demitiu Funcionários



Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

É importante mencionar que a segunda edição da pesquisa foi realizada após a publicação da Medida Provisória nº 936/2020 que instituiu o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda. Entre as medidas previstas constava a redução proporcional de jornada de trabalho e de salários e a

suspensão temporária do contrato de trabalho, o que pode ter contribuído para a redução das demissões nos pequenos negócios. Na visão de Zylberstajn (2020), estas medidas tiveram como motivação a criação de mecanismos para manter o fluxo de renda e de consumo da sociedade ao mesmo tempo em que preservava os empregos. Já para a FGV (2020), no longo prazo esta medida genérica não será mais eficiente para se evitar as demissões no setor de turismo.

Da terceira até a sétima edição, também se mensurou o número médio de demitidos. No segmento de Turismo, o número médio maior (8,6) foi registrado na terceira edição. O mesmo ocorreu para a média geral que registrou 2,8 demitidos ainda nesta edição. Por sua vez, para o segmento de Serviços de Alimentação o pior momento de demissões foi na sexta edição (julho): média de 3,3.

No que concerne ao número médio maior de demissões no segmento de Turismo, e também na média geral, ter ocorrido na terceira edição, é válido destacar que o levantamento dos dados ocorreu um mês depois da publicação da Medida Provisória - MP nº 936/2020. A publicação de uma MP demanda uma análise mais detalhada. No entanto, é razoável inferir que a 4ª edição, que teve os dados coletados nos últimos dias de maio e primeiros dias de junho, conseguiu captar melhor o efeito da MP 936/2020 nos pequenos negócios.

Na Tabela 3 consta o detalhamento nas demais edições:

Tabela 3 – Número Médio de Demitidos

Edições	Turismo	Serviços de Alimentação	Média Geral
1ª	-	-	-
2ª	-	-	-
3ª	8,6	3,2	2,8
4ª	3,3	3,0	2,5
5ª	2,8	3,0	2,1
6ª	2,5	3,3	2,3
7ª	2,8	2,8	2,5
8ª	-	-	-

Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

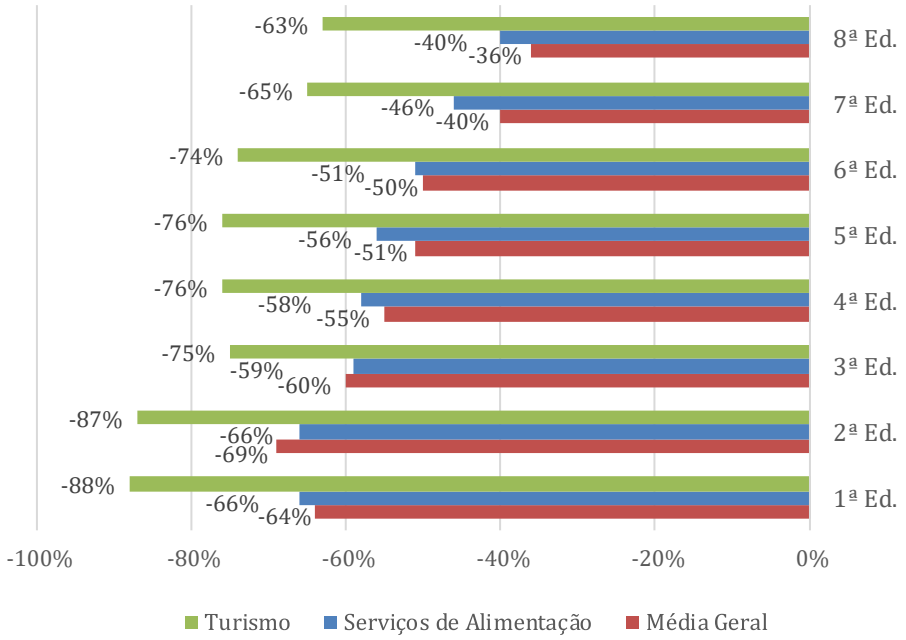
A contratação de funcionários passou a ser mensurada nas duas últimas edições. O número de pequenos negócios que fez contratações no regime de carteira assinada foi bem tímido. Na sétima edição (agosto), 5% dos respondentes de Turismo contrataram. No segmento de Serviços de Alimentação esse número foi ligeiramente superior: 8%. E a média geral ficou em 9%. Na oitava edição (final de setembro e início de outubro) a proporção foi igual para todos os segmentos: 5%.

Os Impactos do Fechamento de Longo Prazo: Finanças

Uma das consequências imediatas do fechamento temporário foi a variação negativa no faturamento semanal e o impacto no faturamento mensal. No que tange ao primeiro item, a queda foi mais acentuada para o Turismo na primeira edição da pesquisa: -88%. Para os Serviços de Alimentação, a variação mais negativa foi de -66%

nas duas primeiras edições. A rápida adoção do *delivery* pelas empresas do segmento de Alimentação pode ter minimizado a redução no faturamento. E na média geral, o pior resultado, -69%, foi registrado na segunda edição.

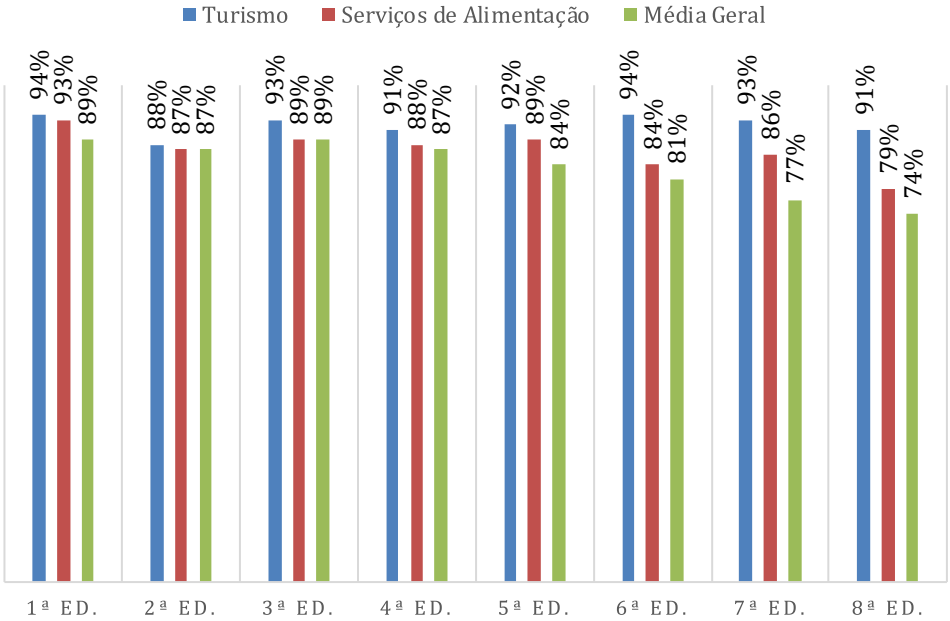
Gráfico 3 – Variação no Faturamento Semanal



Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

Referente ao impacto no faturamento mensal, como pode ser visto no Gráfico 4, a grande maioria dos respondentes, de todos os segmentos, afirmou, em todas as edições, que houve queda. Entretanto, não foi mensurado o tamanho desta redução.

Gráfico 4 – Proporção de Respondentes que Indicaram Queda no Faturamento Mensal

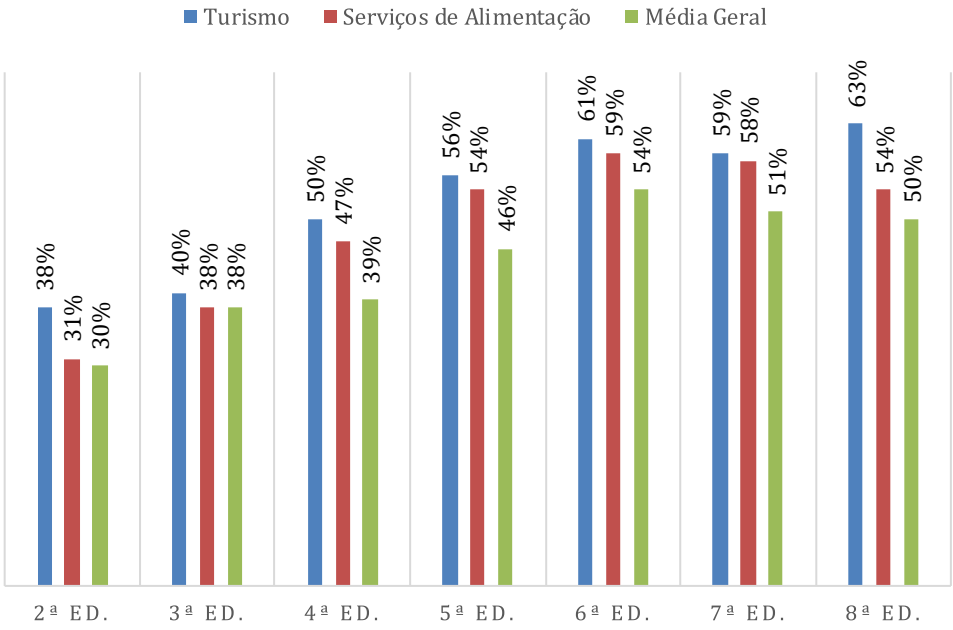


Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

É compreensível que logo nas primeiras semanas os resultados tenham sido tão negativos pois, conforme relatado por Hall et al. (2020), em março deste ano, cerca de 90% de toda a população mundial enfrentava algum nível de restrição às viagens internacionais. Houve ainda a implementação das restrições de movimentações internas nos diversos municípios brasileiros.

Com o faturamento severamente afetado, os pequenos negócios passaram a procurar por alternativas de empréstimo, mesmo que muitos tenham tido o pedido recusado (Oliveira, 2020). Chama atenção no Gráfico 5, o número elevado de respondentes que afirmaram ter recorrido a esta medida. O pico para o segmento do Turismo foi na oitava edição, quando 63% dos respondentes disseram que solicitaram empréstimos. Vale lembrar que a oitava edição da pesquisa foi realizada já no final de setembro e início de outubro, sete meses após o fechamento das atividades econômicas não-essenciais. Já para Serviços de Alimentação (59% dos respondentes) e na média geral (54%), o momento de maior procura foi registrado na sexta edição da pesquisa.

Gráfico 5 – Proporção de Respondentes que Recorreram a Empréstimos

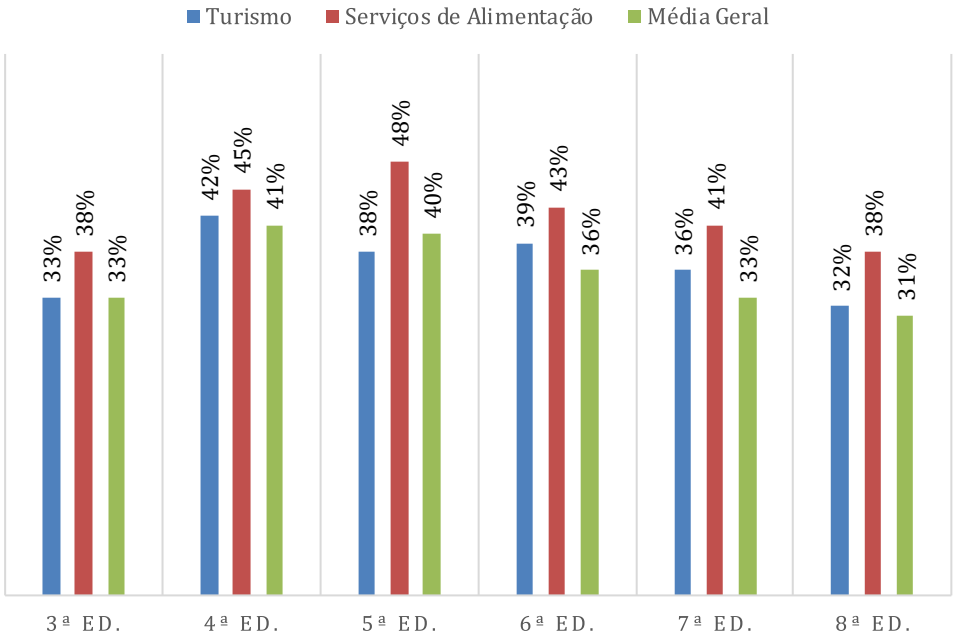


Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

Na terceira edição começa a ser avaliado um novo indicador, o de inadimplência dos pequenos negócios, sinal vermelho para a sustentabilidade destes empreendimentos. O auge da inadimplência do segmento de Turismo foi registrado na quarta edição da pesquisa, realizada no período de 29/05 a 02/06/2020, quando 42% dos pequenos negócios responderam que estavam com as dívidas em aberto e atrasadas.

Nota-se que a inadimplência do segmento Serviços de Alimentação foi maior em todas as edições. E, a maior proporção de inadimplentes deste segmento, 48%, foi registrada na quinta edição, realizada no período de 25 a 30/06/2020. Lembrando que na edição seguinte, aumenta o número de pequenos negócios de Serviços de Alimentação que recorrem a empréstimos (59%).

Gráfico 6 – Proporção de Respondentes Inadimplentes



Fonte – Elaboração das autoras (2021), com base nos dados do Sebrae (2020).

A Percepção dos Pequenos Negócios sobre a Crise do COVID-19

Nas três primeiras edições, avaliou-se a percepção dos pequenos negócios sobre quais medidas governamentais seriam mais impactantes para minimizar os efeitos da crise. Na primeira edição, a maioria dos respondentes (42% - Turismo, 40% - Serviços de Alimentação e também 40% na média geral) indicou que a medida mais impactante seria a redução das tarifas de água e luz. Já nas edições seguintes, a maioria dos respondentes (2ª ed.: 58% - Turismo, 52% na média geral e 51% - Serviços de Alimentação; 3ª ed.: 63% - Turismo e 61% para os demais) indicou que seria a oferta de empréstimos sem juros.

Entretanto, cabe informar que as opções que os respondentes poderiam escolher para essa questão sofreram alterações nas três edições. Na primeira não havia uma opção "oferta de empréstimos sem juros". As opções similares eram: "aumento das linhas de crédito" e "redução dos juros dos empréstimos". Por sua vez, a opção "redução das tarifas de água e luz", mais citada na primeira edição, constava nas demais. Com isso, leva-se a crer que a resposta da maioria na primeira edição poderia ser diferente, caso a oferta de empréstimos sem juros estivesse no rol de alternativas.

Segundo Oliveira (2020), no que se refere a oferta de linhas de crédito, as medidas anunciadas não surtiram o efeito esperado em função das altas taxas de juros. Esta condição seria resultado do temor dos bancos da inadimplência. O que de fato foi reproduzido nos dados apresentados na seção anterior, já que o número de pequenos negócios inadimplentes ficou acima dos 30% em todas as edições analisadas.

E por último, foi perguntado aos pequenos negócios qual a expectativa de prazo para a recuperação da economia brasileira. O momento de maior pessimismo foi registrado na quarta edição da pesquisa, quase três meses após a

declaração da pandemia. Na ocasião, a média citada pelos pequenos negócios de Turismo foi de 16,9 meses. Na média geral, a expectativa foi de 13,9 meses e para o segmento de Serviços de Alimentação, 13,4 meses. As demais respostas podem ser vistas no Quadro 3:

Quadro 3 – Expectativa de Recuperação da Economia Brasileira

Edições	Turismo	Serviços de Alimentação	Média Geral
1ª	4 a 6 meses	4 a 6 meses	4 a 6 meses
2ª	11 meses	11 meses	10 meses
3ª	8,4 meses	10,3 meses	8,4 meses
4ª	16,9 meses	13,4 meses	13,9 meses
5ª	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado
6ª	07 a 12 meses	07 a 12 meses	07 a 12 meses
7ª	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado	Não foi pesquisado
8ª	11 meses	12 meses	12 meses

Fonte – Elaborado pelas Autoras (2021).

Nota-se que ainda na última edição, realizada no início de outubro de 2020, a expectativa de recuperação da economia brasileira não melhorou. Aqui cabe lembrar a previsão inicial da FGV (2020) de que o início de estabilização do setor de turismo se daria após cinco meses de interrupção. E esta estabilização duraria cerca de doze meses para o turismo doméstico e vinte quatro meses para o internacional, até alcançar o estágio de recuperação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo apresentar e analisar os dados coletados pelo Sebrae sobre os impactos do COVID-19 nos pequenos negócios de turismo do Brasil e, a partir desta análise, refletir sobre o real cenário da crise enfrentada. No atual contexto em que há um esforço de diferentes autores em mensurar o impacto econômico do Coronavírus, se entendeu ser relevante aportar dados sobre os pequenos negócios. Assim, se somam reflexões de diferentes vieses para a discussão de políticas públicas visando a retomada do setor. Neste sentido, conclui-se por fazer uma síntese dos achados centrais.

A análise das oito edições da pesquisa *on-line* "O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios – Visão por segmentos econômicos", realizada pelo Sebrae, demonstra que ações de suporte aos negócios turísticos, principalmente aos de pequeno porte, são urgentes e necessárias, tal como relatado nos estudos avaliados.

A pesquisa apontou que no final de setembro e início de outubro, 61% dos pequenos negócios turísticos permaneciam fechados. Pequenos negócios, geralmente, não dispõem de reserva de capital de giro que suportem os desafios de uma crise com a dimensão atual. O setor estava retomando gradualmente as atividades, mas a depender do aumento dos casos de COVID-19, como no caso das variantes identificadas, novas medidas restritivas podem ser adotadas pelos estados e

resultar novamente no fechamento das empresas de turismo. E, como evidenciado pelos dados analisados, o fechamento temporário, sem medidas governamentais de apoio, leva às demissões de funcionários, queda do faturamento, maior inadimplência e reduz as chances de sobrevivência dos pequenos negócios.

Outro ponto relevante indicado na pesquisa é que a maior demanda (63% dos respondentes de turismo) por crédito ocorreu também no final de setembro e início de outubro. Este dado converge com o ensaio de uma retomada das atividades em muitos destinos. Ou seja, esta poderia ser uma sinalização de que o crédito procurado seria utilizado para viabilizar a operação dos negócios. Por outro lado, a inadimplência é um sinal vermelho, já que uma parte considerável dos pequenos negócios de turismo (32%) estava inadimplente com suas dívidas também neste período.

Isto posto, se suscita a reflexão de que o país necessite de políticas públicas consistentes para o turismo, que contemplem ações distribuídas ao longo da gradual retomada do setor, que segundo os estudos ocorrerá em cerca de 12 meses para o turismo doméstico e em 24 meses para o internacional. É papel dos poderes executivo e legislativo assegurar um ambiente de negócios favorável a quem empreende e atuar para minimizar os impactos da crise. Mas, sem uma governança coesa, este papel pode não ser cumprido da melhor maneira e no tempo necessário para assegurar a sobrevivência dos pequenos negócios neste momento de agravamento da pandemia no país.

REFERÊNCIAS

Agência Brasil (2021). *Variante do Coronavírus faz países suspenderem voos com o Brasil.* Recuperado a partir de https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-01/variante-do-coronavirus-faz-paises-suspenderem-voos-com-o-brasil

Bardin, L. (1977). Análise de Conteúdo. Paris: Presses Universitaires de France.

Bardin, L. (2011). *Análise de Discurso.* Lisboa: Edições 70.

Beni, M. C. (2020). Turismo e COVID-19: Algumas Reflexões. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*. 2020, 12 (3 - Especial Covid-19). doi: http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02

Bartik, A. W, Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M. & Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*. doi: https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117

Castro, L. S. & Almeida, E. (2019). Desastres e Desempenho Econômico: Avaliação do Rompimento da Barragem de Mariana. *Geosul,* v. 34, n. 70, p. 406-429. doi: http://dx.doi.org/10.5007/2177-5230.2019v34n70p406

Costa, J. C. X. (2016). *Autonomia dos entes federativos. Importância da autonomia e suas implicações administrativas e tributárias*. Recuperado a partir de https://jus.com.br/artigos/51884/autonomia-dos-entes-federativos

Costa, H. A. (2005). *Análise das Relações de Rede e do Perfil da Competitividade Turística: Estudo comparativo entre São Francisco do Sul e Laguna - SC*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Itajaí, Mestrado em Turismo e Hotelaria). Recuperado a partir de http://siaibib01.univali.br/pdf/Helena%20Costa.pdf

Costa, H. A. & Nascimento, E. P. (2010). Motivações para Empreender no Turismo: Um estudo sobre micro e pequenas empresas na costa norte (CE, MA, PI). *Turismo - Visão e Ação*. v.12. n.3 2010. doi: https://doi.org/10.14210/rtva.v12n3.p314-330.

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas & Ministério do Turismo (2018). *Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil -2018.* Recuperado a partir de http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html

Fundação Getúlio Vargas. (2020). *Impactos Econômicos do COVID-19*. *Propostas para o Turismo Brasileiro*. Recuperado a partir de https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf

Gonçalves, V. H. & Ferreira, F. C. (2013). A Gestão da Informação e da Comunicação na Gestão da Crise e do Desastre: o caso do turismo. In F. A. S. de ALMEIDA, A. M da SILVA, M. J. B. Franco, P. Q. BRITO, C. C de FREITAS (Eds.), *Gestão da Informação, Inovação e Logística* (pp. 59-107). Goiânia: Coletânea Luso-Brasileira IV.

Goss, D. (1991). *Small Business and Society*. London: Routledge.

Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2020). Pandemics, Tourism, and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29:1, 1-20. doi: https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708

Hall, C. M. (2001). *Planejamento Turístico. Políticas, processos e relacionamentos*. Contexto.

Hall, M., Scott, D. & Gössling, S. (2020). Pandemics, Transformations and Tourism: Be Careful What You Wish For. *Tourism Geographies*, 22:3, 577-598. doi: https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2012). *Economia do Turismo Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2009*. IBGE: Rio de Janeiro. Recuperado a partir de http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros_estudos/economia_do_turismo/Estudo_Economia_do_Turismo__Uma_Perspectiva_Macroeconomica_2003_2009.pdf

Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. (2006, 15 dezembro). Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Diário Oficial da União, Brasília.

Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008 (2008, 22 dezembro). Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília.

Lorga, M. A. & Opuszka, P. R. (2013). Políticas Públicas para Micro e Pequenas Empresas no Brasil: uma Vertente para novas perspectivas. *In XXII Encontro Nacional do CONPEDI/UNICURITIBA* (pp. 423-449). Curitiba: FUNJAB.

Lohmann, G., & Panosso Netto, A. (2008). *Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas*. Aleph.

Marcelino, J. S; Rezende, A. & Miyaji, M. (2020). Impactos Iniciais da COVID-19 nas Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná – Brasil. *Boletim de Conjuntura*, ano II, vol.2, n. 5. doi: http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3779308

Medida Provisória nº 936, de 1º de abril de 2020 (2020, 01 abril). Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas trabalhistas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde

pública de importância internacional decorrente do coronavírus (**covid-19**), de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, e dá outras providências.

Ministério do Turismo. (2013). *Plano Nacional de Turismo*. *O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. 2013-2016*. Recuperado a partir de http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf

Ministério do Turismo. (2018). *Plano Nacional de Turismo.* 2018-2022. *Mais Emprego e Renda para o Brasil*. Recuperado a partir de http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html

Naim, M. (2015). *O Fim do Poder*. Leya.

Oliveira, C. S. de (2020). A COVID-19 e o Impacto Econômico nas Micro e Pequenas Empresas. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, ano 05, Ed. 06, Vol. 10. doi: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/impacto-economico.

Organização Mundial do Turismo. (2020). *UNTWO: International Tourism Arrivals Could Fall By 20-30% in 2020.* Recuperado a partir de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/200327%20-%20COVID-19%20Impact%20Assessment%20EN.pdf.

Organização Mundial do Turismo. (2020). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism.* Recuperado a partir de https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism.

Organização Mundial do Turismo. (2020). *Market Intelligence. UNWTO World Tourism Barometer*, Vol. 18, Issue 7. doi: https://doi.org/10.18111/wtobarometereng

Parsons, W. (1996). Crisis management*. Career Development International* 1 (5), 26-28. doi: https://doi.org/10.1108/13620439610130614

Santos, G. E. O, & Kadota, D. K. (2012). *Economia do Turismo*. São Paulo: Aleph.

Saravia, E. (2006). Introdução à Teoria da Política Pública. *In* Saravia, E.; Ferrarezi, E. (Org.). *Políticas Públicas*. ENAP. Recuperado a partir de https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2914/1/160425_coletanea_pp_v1.pdf

Sebrae. (2014). *Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira.* Recuperado a partir de https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf.

Sebrae. (2020). *Painel de Empresas.* Recuperado a partir de https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/

Sebrae. (2020). *Plano Estratégico 2020 – 2023 Documento de Referência para os Programas Nacionais.*

Sebrae. (2020). *Monitoramento Covid-19 Relatórios de Pesquisas Por Segmento Econômico.* Recuperado a partir de https://datasebrae.com.br/covid/

Sebrae. (2020). *Saiba tudo sobre o PRONAMPE.* Recuperado a partir de https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-tudo-sobre-o-pronampe,90300604aa332710VgnVCM1000004c00210aRCRD

Sebrae. (2020). *Crédito Assistido.* Recuperado a partir de https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/obtercredito

Silva, K. de O. da & Anjos, S. J. G. dos. (2015). Micro e Pequenas Empresas no Turismo: Aspectos Teórico-Conceituais. *Revista Turismo e Sociedade*, v. 8, n. I. doi: http://dx.doi.org/10.5380/tes.v8i1.36220

Sistema Universidade Aberta do Sus – UNA-SUS. (2020). *Organização Mundial de Saúde Declara Pandemia do Novo Coronavírus.* Ministério da Saúde. Recuperado a partir

de https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus

Teixeira, R.M. & Morrison, A. (2004). Desenvolvimento de Empresários em Empresas de Pequeno Porte do Setor Hoteleiro: Processo de Aprendizagem, Competências e Redes de Relacionamento. *Revista de Administração Contemporânea*, v.8, n.1. doi: http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552004000100006

Terence, A. C. F. (2002). *Planejamento Estratégico como Ferramenta de Competitividade na Pequena Empresa: Desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento*. (Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, Mestrado em Engenharia de Produção). doi: 10.11606/D.18.2002.tde-27052004-110812

Vilela, Graziele. (2018). *Influências das políticas públicas na competitividade das micro e pequenas empresas (MPE) da cadeia produtiva do turismo* (Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Mestrado Profissional em Turismo). Recuperado a partir de https://repositorio.unb.br/handle/10482/32634.

Zylberstajn, H. (2020). COVID-19: A Potência das Medidas Trabalhistas. *Boletim Informações FIPE*. Vol. 475. Recuperado a partir de https://downloads.fipe.org.br/publicacoes/bif/bif475a.pdf.

Recebido em: 07/01/2021
Aprovado em: 20/03/2021

CONTRIBUIÇÕES

Ana Clévia Guerreiro: Análise de dados; Revisão crítica do manuscrito; Redação do manuscrito.

Graziele Vilela: Definição do problema de pesquisa e objetivos; Desenvolvimento da proposição teórica; Realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica; Escolha dos procedimentos metodológicos; Coleta de dados; Análise de dados; Elaboração de tabelas, gráficos e figuras; Redação do manuscrito; Adequação do manuscrito às normas da RTA.