

# SONDAGEM EMPRESARIAL - IMPACTO DA COVID-19 NO SETOR TURÍSTICO DE MATO GROSSO DO SUL / 2020

(NOVA RODADA - RELATÓRIO COMPLETO)

Meios de de Hospedagem, Agências de Viagem,  
Atrativos Turísticos, Eventos, Guias de Turismo,  
Locadoras de Veículos, Transportadoras  
Turísticas, Restaurantes e  
similares.

## OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL



 [observaturms](https://www.instagram.com/observaturms)

 [observatorioturismoms](https://www.facebook.com/observatorioturismoms)

[www.observatorioturismo.ms.gov.br](http://www.observatorioturismo.ms.gov.br)

## METODOLOGIA

Em abril de 2020, o Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul, em parceria com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo, desenvolveu a Pesquisa Sondagem Empresarial, com o objetivo de levantar os primeiros impactos da pandemia de coronavírus, causador da doença Covid-19, no setor de Turismo, de modo a registrar o impacto do isolamento social gerado no fluxo, faturamento e emprego nas empresas do setor de Turismo, além de identificar as perspectivas de continuidade dos negócios turísticos, com base na percepção dos empreendedores.

Nesse sentido, a fim de expandir o dimensionamento da pesquisa realizada anteriormente e que traçou o prognóstico previsível para o setor nos dois primeiros trimestres de 2020 frente à pandemia, o ObservaturMS realizou uma nova rodada da pesquisa, de modo a registrar o impacto real do isolamento social gerado no faturamento das empresas e empregos do setor nos meses subsequentes à primeira pesquisa, já que a sondagem anterior foi feita com base apenas na percepção dos empreendimentos, já que ela foi realizada em abril de 2020, início das ações de enfrentamento ao novo coronavírus.

O público-alvo respondeu a 25 perguntas que, além de abordarem aspectos da situação fiscal, avaliam a relação de empreendedores com parceiros, alterações no preço dos serviços ou produtos ofertados e outros tópicos.

O universo da pesquisa foi composto principalmente pelos dados do CADASTUR, somados aos associados da ABRASEL-MS, ABIH-MS, ABAV-MS, Bonito Convention & Visitors Bureau, e com apoio para divulgação: Instâncias de Governança Regionais-IGR's e Órgãos Oficiais de Turismo, realizada no período de 25 de novembro de 2020 a 28 de fevereiro de 2021, pelo método web survey, através do Google Forms, com 172 respondentes, com nível de confiança de 90% e margem de erro de 5,89%, para o número de cadastrados no CADASTUR no Estado, conforme tabela 1 abaixo:

TABELA 1 – Amostra da pesquisa por segmento

Segmentos	Quantitativo
Agências/Operadoras	47
Cafeteria/Bares/Lanchonetes	3
Consultoria	6
Empreendimento de Apoio à Pesca Desportiva	1
Empreendimento de entretenimento e lazer (Atrativo/Parque)	14
Eventos	3
Guias de Turismo	14
Locadora de Veículos	1
Meios de Hospedagem	46
Outros	10
Restaurantes	16
Tecnologia da Informação e Comunicação em Turismo (TICs)	1
Transportadora Turística	9

Elaboração: ObservaturMS, 2020.

A título de comparação, na primeira rodada da pesquisa realizada no período de 08 a 27 de abril de 2020, obteve-se uma amostra total de 402 respostas, para um erro de 5% e uma confiabilidade de 95%. No entanto, salienta-se que em razão da evolução da pandemia de Covid-19 durante o ano de 2020, registrou-se o fechamento de 290 empresas relacionadas às Atividades Características do Turismo em Mato Grosso do Sul, no período de março a dezembro, com predomínio dos segmentos de alimentação e alojamento, acarretando desse modo numa participação menor e menos efetiva, principalmente no segmento de alojamento, que apresentou a maior queda na participação em relação a primeira etapa (variação de -56,4%).

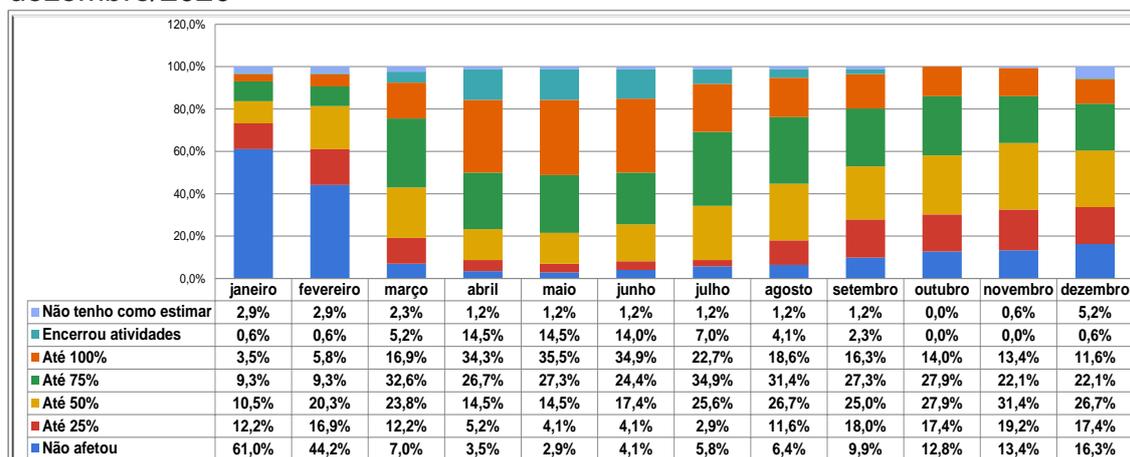
Os resultados servirão para nortear ações e políticas da Fundação de Turismo de MS (Fundtur-MS), balizando as tomadas de decisão e políticas públicas.

## 1. ANÁLISE GERAL DOS IMPACTOS DA COVID-19 NA RECEITA BRUTA E NO QUADRO DE COLABORADORES DA EMPRESA

A COVID-19, desde dezembro de 2019 (ou janeiro/2020), gradualmente tem afetado a economia do turismo. Com os dados analisados no decorrer do relatório, foi possível identificar que no setor turístico os impactos da COVID-19 afetaram fortemente os negócios locais.

Ao analisar o percentual de impacto gerado no faturamento das empresas respondentes, de janeiro a dezembro de 2020, nota-se que em janeiro (61%) e fevereiro (44,2%) houve pouco impacto, uma vez que para a maioria não afetou. Contudo em março a receita bruta foi 75% menor para a maioria das empresas (32,6%), apontando efeitos diretos oriundos das medidas adotadas para enfrentamento a pandemia no mês de março como fechamento de fronteiras, redução na malha aérea e rodoviária, entre outras ações. Apesar do número de pesquisados na pesquisa anterior (abril de 2020) ter sido superior a atual, os resultados apontados no que tange ao 1º trimestre de 2020 foi bem semelhante, conforme gráfico 1.

**GRÁFICO 1 - % de impacto gerado no faturamento das empresas de janeiro a dezembro/2020**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Já os meses de abril (34,3%), maio (35,5%) e junho (34,9%) a perda foi de até 100% no faturamento para a maioria dos respondentes. A segunda opção mais apontada para o período supracitado foi de perdas de até 75%, demonstrando dessa forma o imenso impacto desencadeado pela pandemia no

setor do Turismo sul-mato-grossense. Destaca-se que as atividades turísticas foram praticamente suspensas, o município de Bonito teve seus atrativos fechados por decreto municipal até junho e a malha aérea sofreu reduções de oferta. Salienta-se que esses dados foram corroborados, no que diz respeito a pesquisa anterior, já que tratou-se de um prognóstico de previsão já que fora realizada ainda no início da pandemia, mas também permeado de muita incerteza por parte dos pesquisados, que sinalizaram não ter como estimar na época. Outro fator a se destacar diz respeito ao encerramento das atividades das empresas, o período de abril a junho, foi o mais expressivo.

Após três meses de muitas perdas para o setor, com o lançamento do Plano de Retomada do Turismo de Mato Grosso do Sul no final de junho, traçou-se estratégias para a reabertura do turismo, com base nas premissas de segurança, protocolos e monitoramento, de modo que todos os destinos do MS tivessem uma estratégia conjunta, por mais que cada um faça a retomada em tempos diferentes. Assim sendo, de julho a setembro, a queda no faturamento ainda margeia os 75%, visto que se tratou de um período de retomada ainda incipiente, gradual e lenta.

Entretanto, os meses de outubro, novembro e dezembro apontam para um início de retomada, em razão dos feriados prolongados, férias, o aumento do turismo regional e a possibilidade de realizar o deslocamento de carro, em que se constata que a perda passa a ser nos referidos meses de até 50%, demonstrando desse modo uma redução de perda de faturamento em relação ao 2º e 3º trimestre de 2020, entretanto apontando para o imenso impacto em toda a cadeia do turismo. Salienta-se ainda o crescimento percentual dos respondentes que não tiveram seus negócios afetados no período de junho a dezembro, sendo a variação percentual de +297% (junho em relação a dezembro/2020).

Diante desse cenário, a adoção de medidas mitigadoras de ajustes para contornar os impactos foram tomadas pelas empresas até novembro de 2020, entre as opções as mais apontadas estão os descontos e/ou promoções, medidas com quadro de funcionários, e ainda, as remarcações/adiamento de serviços. Salienta-se o exemplo de Bonito que aliado à premissa de biossegurança, o desenvolvimento de uma campanha promocional para atrair

os sul-mato-grossenses e a manutenção de tarifário de baixa temporada foram primordiais para movimentar o destino.

Destaca-se que a prorrogação da MP 936 (a qual tratava da possibilidade de suspensão do contrato de trabalho e redução da jornada, durante a pandemia), até dezembro de 2020, serviu como um auxílio emergencial para que os empresários pudessem resguardar suas relações trabalhistas e também gerenciar a saúde financeira das suas empresas, conforme se observa na tabela 2. Ressalta-se que, as medidas com funcionários predominou na pesquisa anterior (rodada 1) no que diz respeito ao mês de março. Já em abril, a busca por financiamentos e/ou empréstimos figuraram com maior expressividade, já que o tempo de sustentação dos negócios oscilava entre 1 a 2 meses (capital de giro) para a maioria dos participantes.

**TABELA 2** – Medidas de mitigação apontadas pelos respondentes até novembro de 2020 (possibilidade de até 3 respostas)

<b>Medidas mitigação até nov/2020</b>	<b>Share</b>
Descontos e/ou promoções	44,80%
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	40,10%
Remarcações/Adiamento de serviços	34,30%
Financiamento e/ou empréstimo bancário	33,70%
Adiamento de investimentos e novos projetos	33,10%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	30,80%
Serviços on-line	26,20%
Tele-entrega	12,20%
Redução/isenção de multas	10,50%
Nenhuma medida acima	8,70%
Comercialização por meio de vouchers	7%

FONTE: ObservaturMS, 2021

Ao serem questionados sobre as medidas a partir de dezembro de 2020, os descontos e/ou promoções permaneceram no ranking das medidas de mitigação. No entanto, as parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores e o adiamento de investimentos e novos projetos ocuparam o segundo e terceiro lugar, respectivamente (tabela 3).

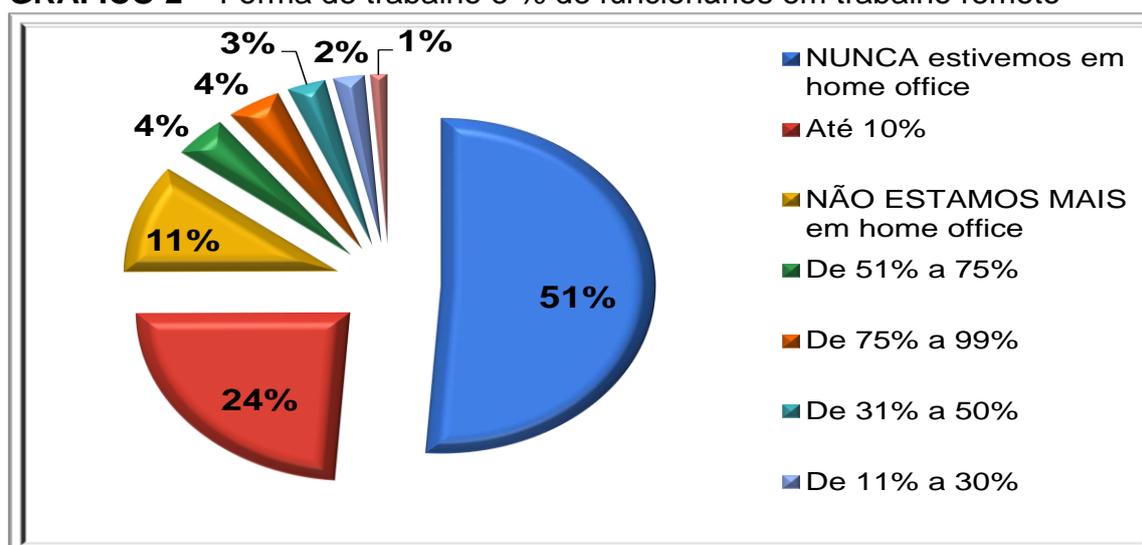
**TABELA 3 –** Medidas de mitigação a partir de dezembro de 2020 adotadas pelos pesquisados

Medidas mitigação a partir de dezembro/2020	Share
Descontos e/ou promoções	45,3%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	38,4%
Adiamento de investimentos e novos projetos	33,7%
Serviços on-line	27,3%
Remarcações/Adiamento de serviços	25,6%
Financiamento e/ou empréstimo bancário	22,1%
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	22,1%
Nenhuma medida acima	14%
Tele-entrega	12,2%
Comercialização por meio de vouchers	12,2%
Redução/isenção de multas	8,7%
Outros	4,7%

FONTE: ObservaturMS, 2021

As medidas com quadro de funcionários foi uma opção latente entre as medidas mitigadoras no período analisado, tanto até novembro quanto em relação a dezembro. Assim sendo, no que tange a forma de trabalho, mais da metade das empresas informou não haver funcionários em trabalho remoto (51%), isso se deve ao fato da correlação do turismo com o caráter presencial da prestação de serviços, conforme gráfico 2.

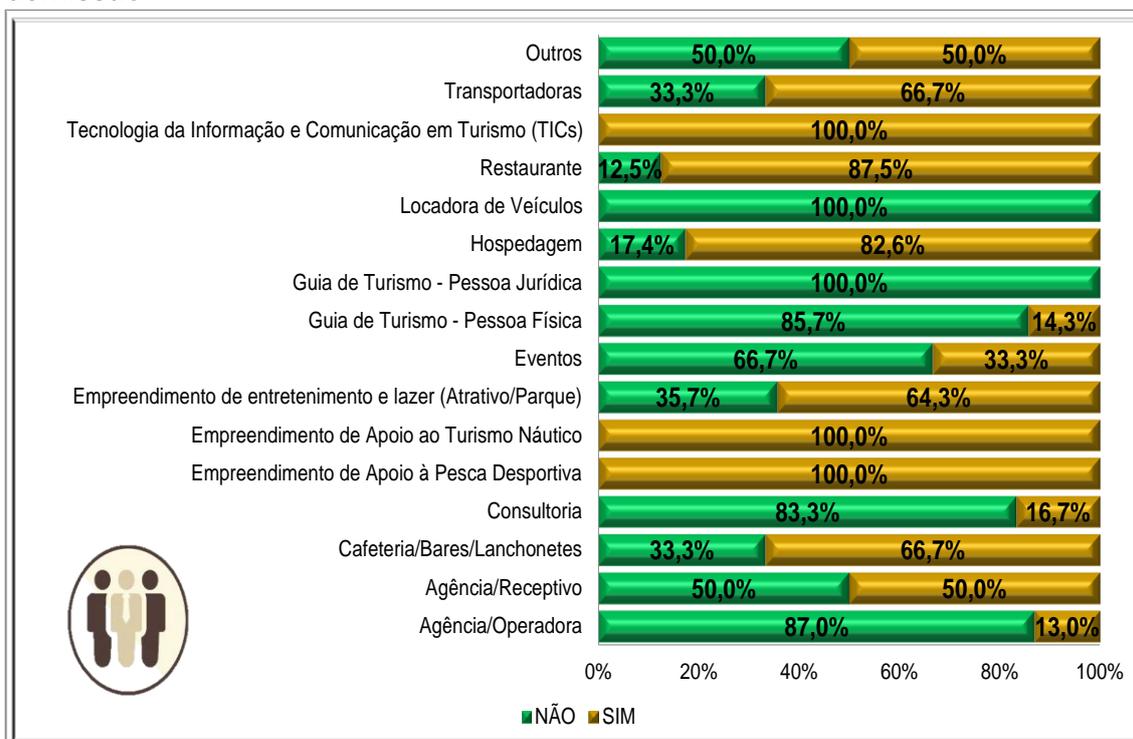
**GRÁFICO 2 –** Forma de trabalho e % de funcionários em trabalho remoto



FONTE: ObservaturMS, 2021.

As quedas na arrecadação somadas às dificuldades de trabalhos remotos e/ou outras medidas com o quadro de colaboradores, refletiram diretamente na quantidade de demissões, uma vez que 55,2% dos entrevistados sinalizaram ter demitido ou intenção em demitir. Considerando apenas os segmentos que possuem um número mais expressivo de participações na pesquisa, constata-se que o segmento que mais registrou demissões no período da crise e/ou intenção de desligamento dos colaboradores foi o de Restaurantes com 87,5% (entre registrados e terceirizados). Em seguida, aparecem os Meios de Hospedagem (82,6%) e as Transportadoras Turísticas (66,7%), conforme se observa no gráfico 3.

**GRÁFICO 3 – % de registro e/ou intenção de demissão por segmento x demissão**

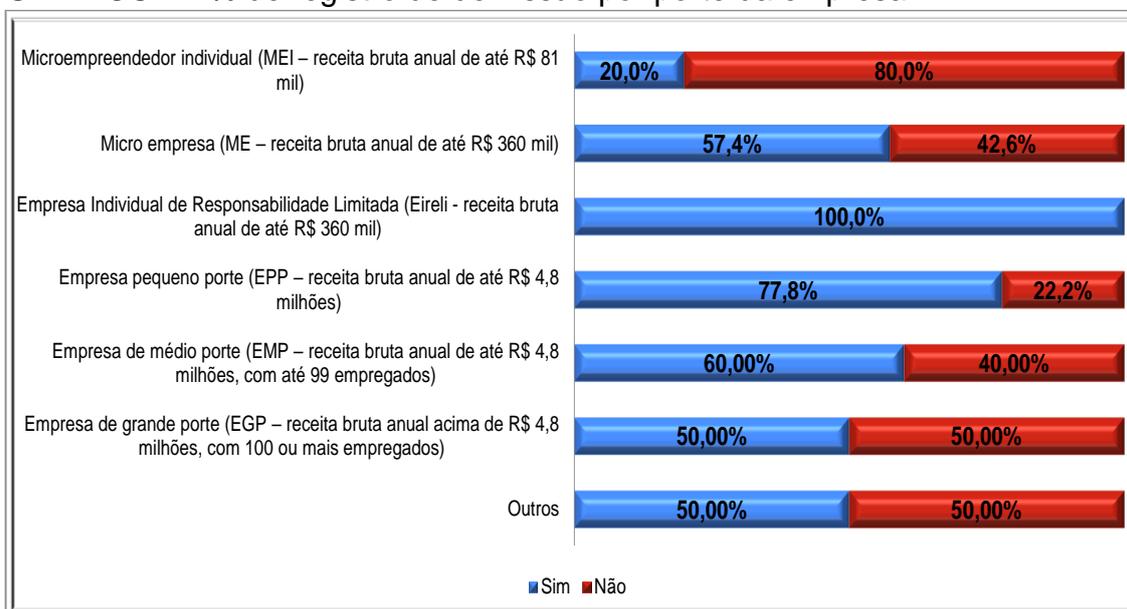


FONTE: ObservaturMS,2021

Ao analisarmos as empresas no que tange ao porte em relação às demissões, nota-se que as EIRELI foram as que mais demitiram em 2020 como forma de enfrentar a crise, uma vez que 100% dos pesquisados informaram ter demitido funcionários, seguidos das Empresas de Pequeno Porte (com 77,8%), conforme gráfico 4. Destaca-se que os Microempreendedores Individuais podem contar com no máximo um

funcionário, em que 20% dos pesquisados enquadrados como MEIs indicaram ter demitido.

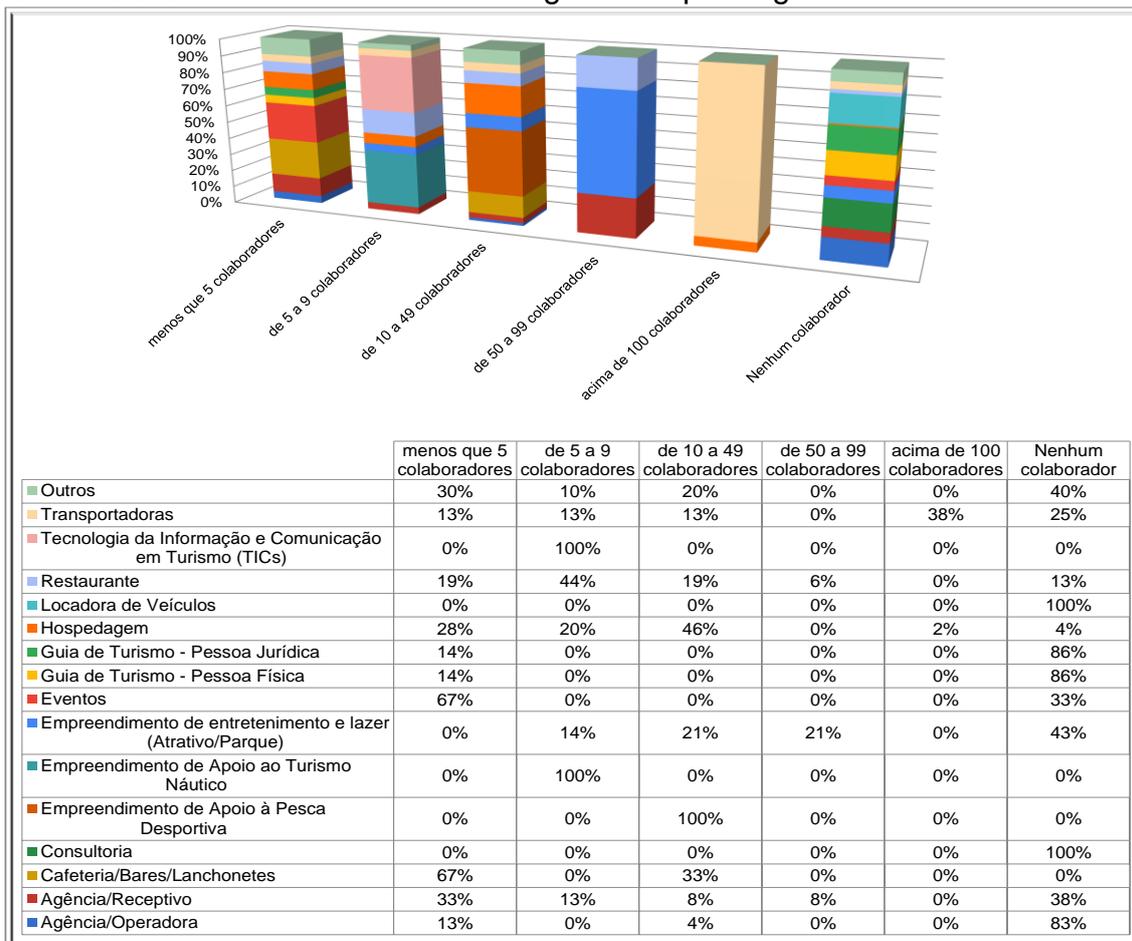
**GRÁFICO 4 - % de registro de demissão por porte da empresa**



FONTE: ObservaturMS, 2021

Para uma visão mais holística considerando as medidas adotadas em relação ao quadro de funcionários, analisou-se ainda o número de funcionários por segmento (registrados e terceirizados e/ou outra forma de contratação). O setor de hospedagem e restaurantes foram os que mais se destacaram no quesito número de colaboradores registrados (gráfico 5). Segundo os dados da RAIS de 2019, os dois setores juntos empregaram 14.450 pessoas, sendo 5.106 (meios de hospedagem) e 9.344 (restaurantes e similares) em Mato Grosso do Sul.

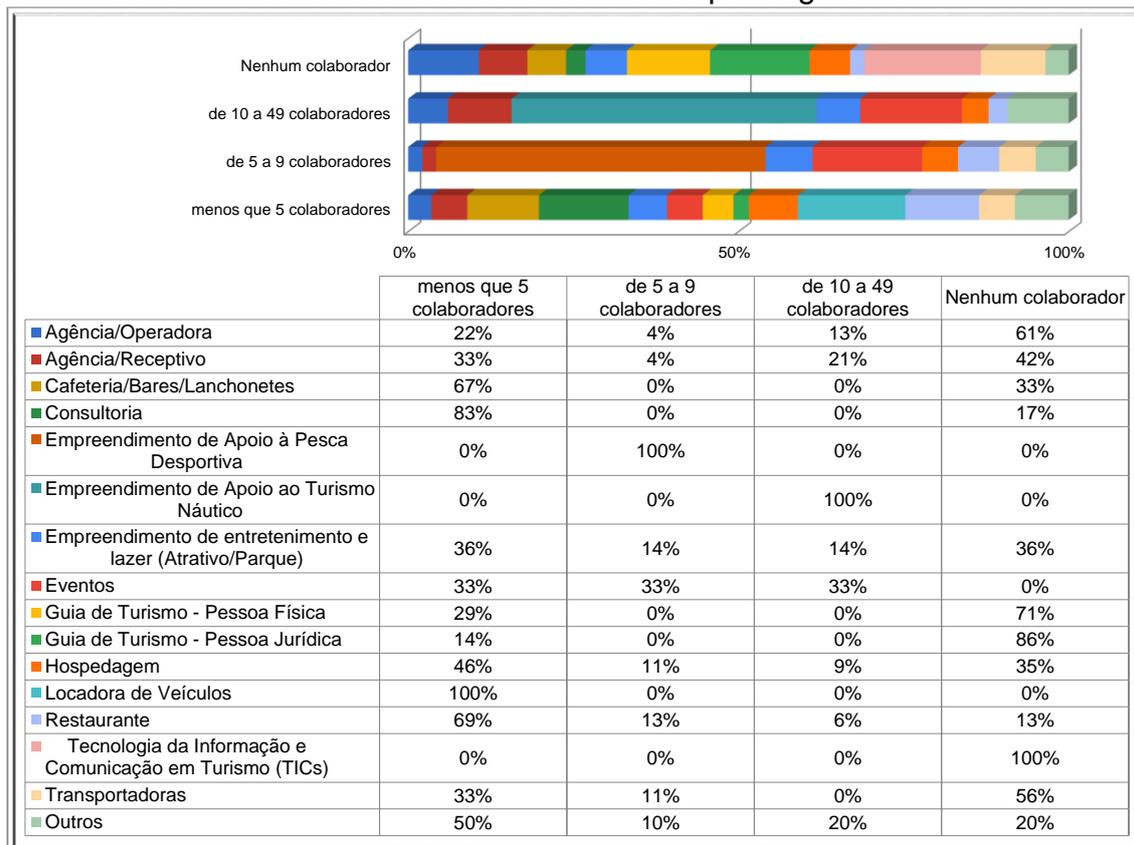
GRÁFICO 5 – N. de colaboradores registrados por segmento



FONTE: ObservaturMS, 2021

Excetuando-se os Guias de Turismo e Consultoria, no que tange ao número de colaboradores terceirizados e/ou outra forma de contratação, as agências e transportadoras foram os segmentos que apresentaram menor participação nessa modalidade de contratação. O setor com maior destaque é o de eventos, em virtude da particularidade do setor e a necessidade de terceirização de diversos serviços (gráfico 6).

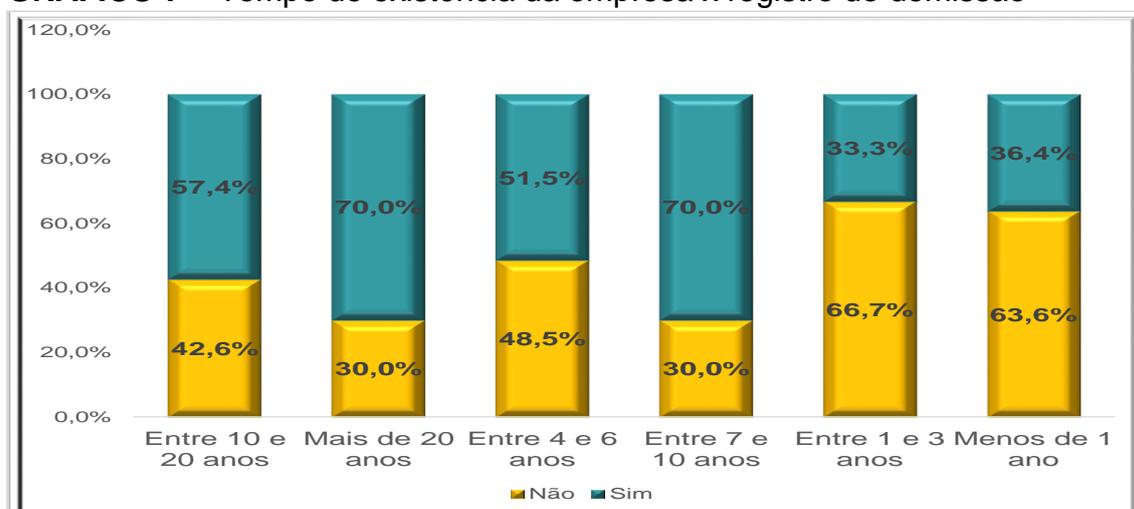
**GRÁFICO 6 – N. de colaboradores terceirizados por segmento**



FONTE: ObservaturMS, 2021

Ao analisarmos o tempo de existência das empresas com a adoção de medidas de demissão, nota-se que as empresas mais tradicionais “mais de 20 anos” e “entre 7 e 10 anos” no mercado, apontam uma maior sinalização de já ter adotado essa medida (gráfico 7).

**GRÁFICO 7 – Tempo de existência da empresa x registro de demissão**



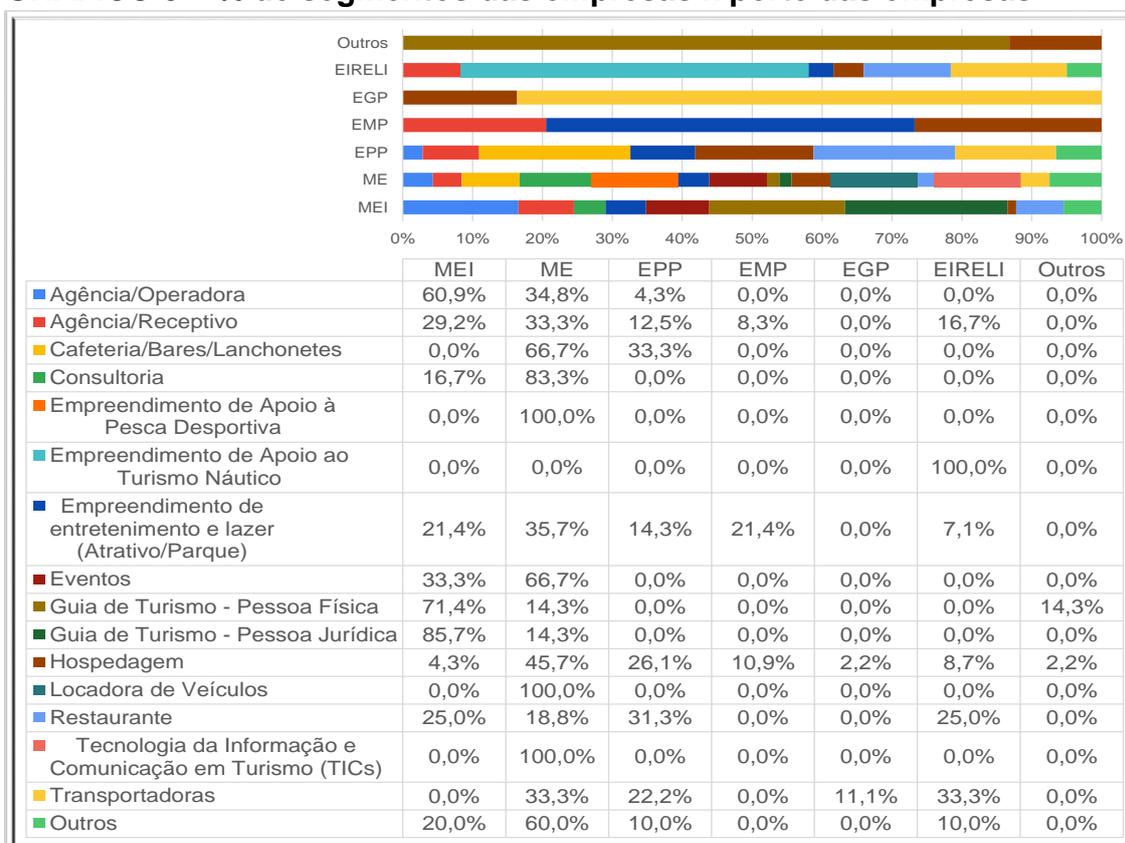
FONTE: ObservaturMS, 2021

## 2. PORTE DAS EMPRESAS POR SETOR DO TURISMO

De acordo com a pesquisa, analisando de forma proporcional – ou seja, verificando o percentual de empresas de determinado porte em relação ao total de empresas de cada setor – a maioria dos Microempreendedores Individuais atuam como Guias de Turismo. Excetuando-se os Empreendimentos de apoio à Pesca Desportiva, Locadora de veículos e TICs em razão do número de respondentes nesses segmentos, a maioria das Microempresas participantes da pesquisa é composta por: Cafeteria/Bares/Lanchonetes (66,7%), Agência/Receptivo (33,3%), Consultoria (83,3%), Eventos (66,7%), Hospedagem (45,7%) e Transportadora Turística (33,3%).

Os restaurantes participantes se enquadram como Empresas de Pequeno Porte (31,3%) em sua maioria, no entanto percebe-se um empate entre os que são MEIs (25%) e Eireli (25%). No entanto, os Empreendimentos de entretenimento e Lazer (Atrativo/Parque) se caracterizam por Microempresas (35,7%) seguido das Empresas de Pequeno Porte (21,4%) correspondendo a mais de 50% da amostra nesse segmento (gráfico 8).

**GRÁFICO 8 – % de segmentos das empresas x porte das empresas**

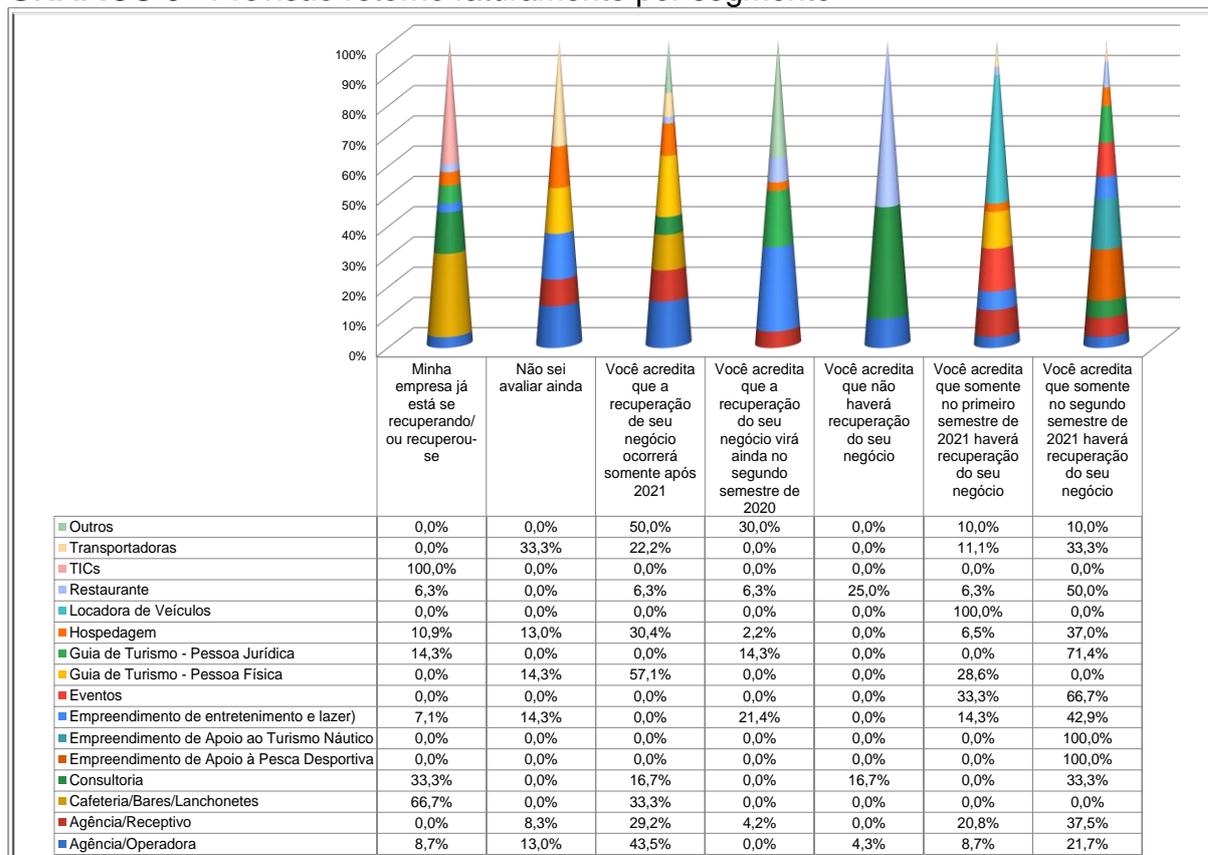


FONTE: ObservaturMS, 2021

### 3. PERCEPÇÃO QUANTO À RECUPERAÇÃO DOS NEGÓCIOS

Quanto à percepção das empresas participantes da pesquisa, em relação à recuperação dos negócios sofreu variação de acordo com os segmentos e o porte das empresas. Após análise, pode-se dizer que a maioria das empresas acredita que a recuperação virá somente no segundo semestre de 2021, como se observa no gráfico 9.

**GRÁFICO 9–** Previsão retorno faturamento por segmento



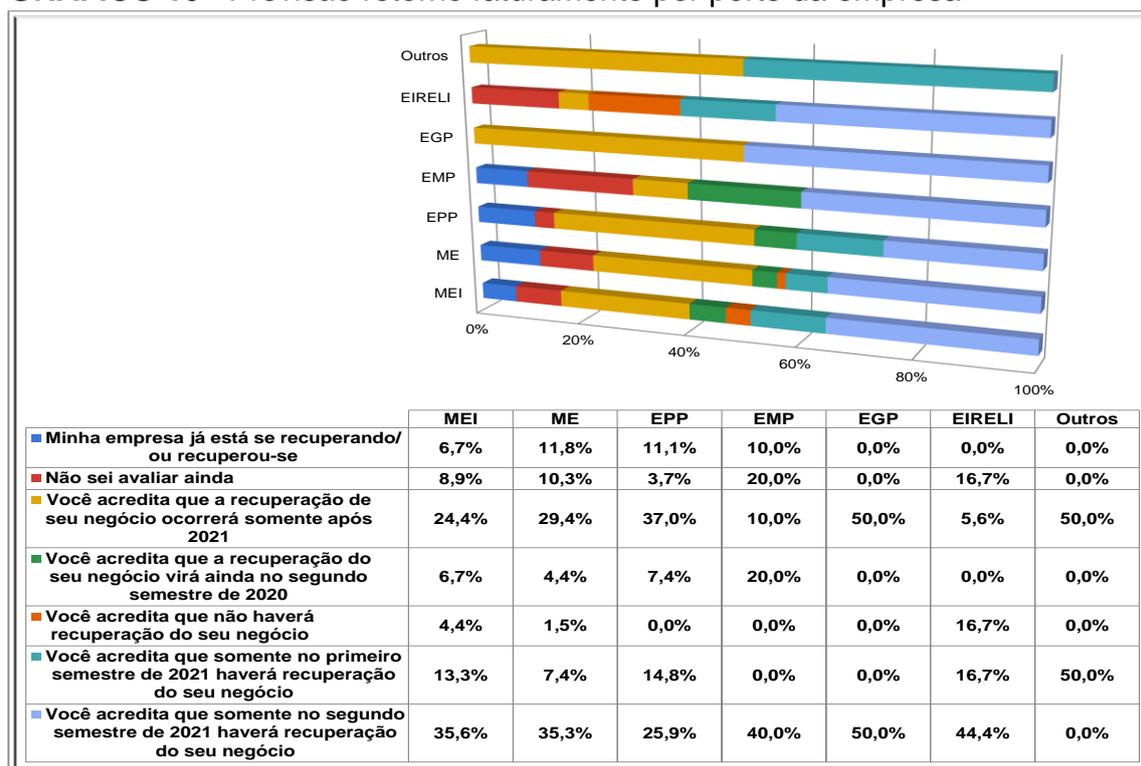
FONTE: ObservaturMS, 2021

Na primeira rodada da pesquisa realizada em abril de 2020 ainda no início da pandemia, mesmo diante de inúmeras incertezas, os respondentes se mostraram bastante temerosos apontando que a recuperação de seus negócios se daria somente em 2021, corroborando com o resultado encontrado nessa pesquisa atual. Destaca-se que o programa de vacinação contra a Covid-19 teve início em meados de janeiro de 2021 no Brasil, e os dados apontam que a reação do setor tende a ser lenta e deverá ocorrer a partir do

momento em que medidas de isolamento social mais intensas forem suspensas, uma vez que o retorno do consumo se dará de forma gradual e ainda sob medidas de distanciamento social, baseado no atendimento de protocolos de saúde. Mas a volta efetiva às atividades, dependerá da certeza de imunização da população.

Na pesquisa anterior quando a pandemia estava em seu início, o setor de eventos se mostrou mais pessimista, uma vez que 67% dos entrevistados acreditavam que não haverá recuperação dos negócios. Nessa atual, o segmento de restaurantes foi o que se mostrou mais pessimista. Com exceção das Empresas de Pequeno Porte que acreditam que a recuperação somente virá após 2021 em sua maioria, as demais sinalizaram acreditar que a recuperação dos negócios viria ainda no segundo semestre de 2021 (gráfico 10).

**GRÁFICO 10–** Previsão retorno faturamento por porte da empresa



FONTE: ObservaturMS, 2021

Legenda: Microempreendedor individual (MEI). Micro empresa (ME). Empresa de Pequeno Porte (EPP). Empresa de Médio Porte (EMP). Empresa de Grande Porte (EGP). Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli).

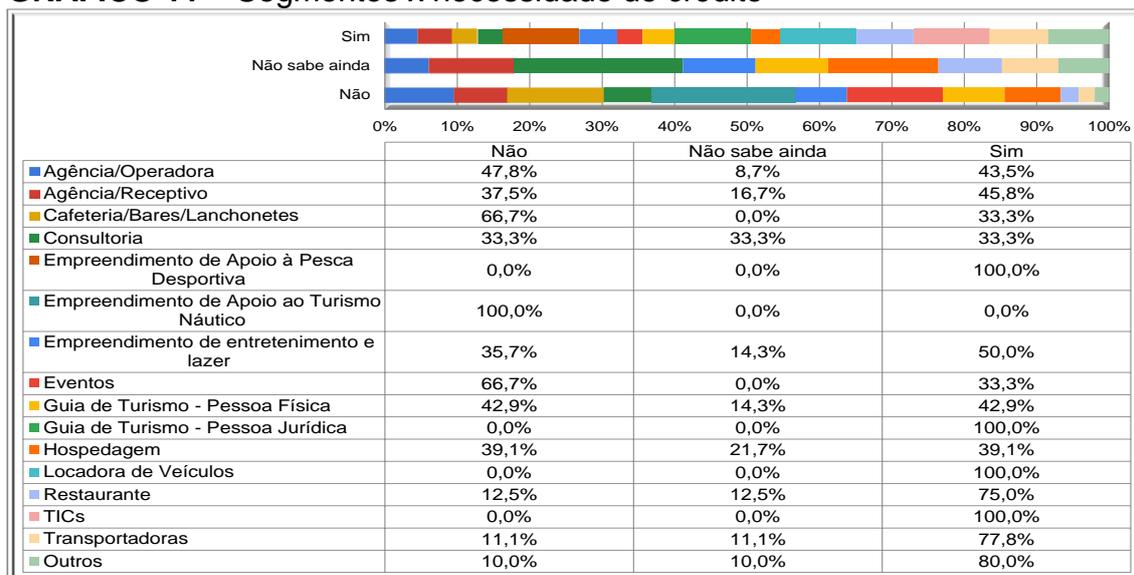
De acordo com o gráfico 8 (citado anteriormente na página 12), tais empresas correspondem na pesquisa aos setores de alimentação e hospedagem em sua maioria. Lembrando que essa pesquisa foi realizada no período de novembro de 2020 a fevereiro de 2021, em que se percebeu uma leve retomada das atividades em razão das férias e feriados prolongados.

Contudo, de março em diante diversos indicadores sofreram retração em virtude de diversas medidas restritivas (toque de recolher e lockdown) que foram desencadeadas com vistas a conter a propagação do vírus e reduzir o número de ocupação na rede hospitalar. Salienta-se ainda a fatia daqueles que não sabiam avaliar, com destaque para as Empresas de Médio Porte, que nessa pesquisa foi composta pelos Empreendimentos de entretenimento e lazer (Atrativos/Parques), Hospedagem e Agência/Receptivo.

#### **4. NECESSIDADE DE CRÉDITO E CAPITAL DE GIRO POR SETOR DO TURISMO**

Ao analisarmos os segmentos por necessidade de crédito, nota-se um equilíbrio entre os segmentos que necessitam e os que não, conforme gráfico 11 abaixo. Os segmentos de hospedagem, agências/operadoras e agências/receptivo que correspondem a 54% da amostra dos respondentes demonstram bem esse equilíbrio. Constata-se que apesar desse equilíbrio, destacamos que o percentual dos que não sabem ainda, pode aumentar a fatia dos que sinalizaram positivamente.

**GRÁFICO 11 – Segmentos x necessidade de crédito**



FONTE: ObservaturMS, 2021

Para uma melhor compreensão do cenário, analisou-se quanto tempo à empresa consegue sustentar o negócio com o capital existente, em que o cruzamento dos dados das empresas por segmento versus o tempo de capital de giro visou inferir a vulnerabilidade por setor.

O que se observa no gráfico 12 é que de acordo com o segmento há um predomínio de prazo de sustentação dos negócios. As agências e os guias de turismo (PF) não souberam informar em sua maioria. Já o setor de hospedagem, 23,9% dos pesquisados informaram ter mais de 6 meses, seguido dos que possuem até 1 mês (17,4%) e dos que ainda não sabem (17,4%) representando quase 2/3 da amostra desse segmento. Os empreendimentos de entretenimento e lazer sinalizaram em sua maioria ter de 4 a 6 meses (50%). Já as transportadoras turísticas mais de 1/3 da amostra tem de 1 a 2 meses de capital de giro. Entretanto, para os restaurantes mais de 30% possuem mais de 6 meses de capital de giro, enquanto que para 25% dos respondentes esse período se mostrou inferior, sendo de 1 a 2 meses.



## FICHA TÉCNICA

**Reinaldo Azambuja Silva**

Governador do Estado de Mato Grosso do Sul

**Jaime Elias Verruck**

Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar

**Bruno Wendling**

Diretor-Presidente da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

**Geancarlo de Lima Merighi**

Diretor de Desenvolvimento do Turismo

**Karla Martins Cavalcanti**

Diretora de Promoção e Mercado

**Danielle Cardoso de Moura**

Gerente do Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul

**Maria Helena Martins Alves**

Diretora de Desenvolvimento Institucional e Gerente de Desenvolvimento Institucional

**Marlise Monteiro de Souza Gaspareto**

Gerente Geral do Centro de Convenções Rubens Gil de Camillo

## EQUIPE TÉCNICA DO OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MS

**Danielle Cardoso de Moura**

Gerente  
Turismóloga

**Camille Sahib Guimarães Citino**

Administradora

**Greice Aparecida Domingos Feliciano**

Turismóloga

**Thatiane Poiato Castelani Coelho**

Turismóloga

## CRÉDITOS

Capa: **Bolivar Porto**

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul Avenida Afonso Pena, 7000 Portal Guarani - Parque das Nações Indígenas Campo Grande/MS CEP 79031-010

Telefone: (67) 3318-7600

E-mail: [observaturms@fundtur.ms.gov.br](mailto:observaturms@fundtur.ms.gov.br)

Website:

[www.observatorioturismo.ms.gov.br](http://www.observatorioturismo.ms.gov.br)