

PESQUISA IMPACTOS RECENTES DO CORONAVÍRUS E PERSPECTIVAS DE RETOMADA PARA AGÊNCIAS DE VIAGENS

O Sebrae Nacional realizou pesquisa recente junto aos empresários do segmento de Agências de Viagens. O levantamento foi feito em parceria com a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV) e a coleta, via web, foi realizada entre os dias 14 e 20 de julho de 2020, considerando 2.555 respostas distribuídas em todas as unidades da federação.

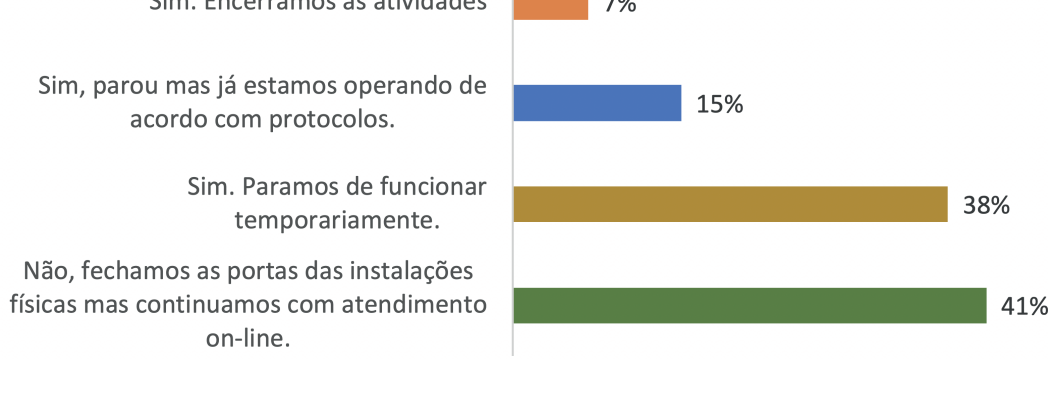
O setor de turismo foi um dos mais afetados pela crise econômica e social causada pela pandemia do Coronavírus, conforme já alertado pelo Sebrae no monitoramento das pesquisas de impacto. Os atrativos turísticos foram os primeiros locais a serem fechados pelos governos na tentativa de evitar o avanço da Covid-19, o que provocou a suspensão das atividades de hotéis, restaurantes, parques, voos internacionais e, posteriormente, os domésticos, além do cancelamento de shows e eventos.

Para as Agências de Viagens o impacto não foi diferente. De acordo com a referida pesquisa, cerca de 95% dos pequenos negócios desse setor tiveram perdas no faturamento no 2º trimestre de 2020, comparado com o mesmo período do ano passado, sendo que para 68% a perda foi de 91% a 100% do faturamento. Além disso, 26% delas permanecem sem fechar negócios ou sem faturamento, apesar de 41% não terem parado de funcionar, pois continuaram atendendo on-line.

As Agências de Viagens são segmento fundamental para o turismo e para a economia como um todo. Somam 71 mil agências de viagens formais no país, mais 10 mil operadores turísticos e 7 mil serviços de reservas, com grande quantidade de pessoas terceirizadas atuando no setor.

No geral, os empresários desse segmento têm muita experiência no mercado (42% acima de 10 anos de atuação), possuem nível superior acima da média dos pequenos negócios. 82% deles possuem Ensino Superior incompleto ou mais, enquanto que 59% dos pequenos negócios em geral tem essa escolaridade, de acordo com a 5ª edição da pesquisa de impacto.

Enquanto nas pesquisas de impacto, o percentual de pequenos negócios que encerraram as atividades ou fecharam as portas varia de 3% a 4%, nas agências de viagens esse percentual é de 7%. Outras 15% estão operando fisicamente, de acordo com protocolos.



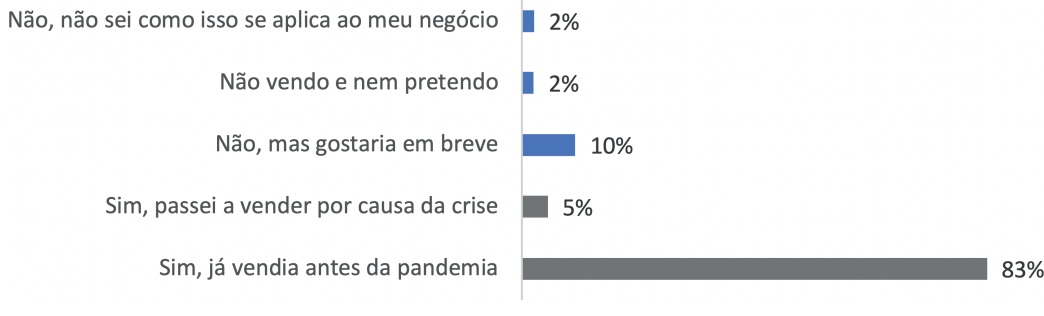
Apesar do severo impacto recente no segmento das Agências de Viagens, as expectativas em relação à gestão de colaboradores começam a dar sinais de melhora, uma vez que 78% dos empresários do setor afirmam não ter a intenção de demitir mais funcionários até o final do ano e uma pequena parcela (8%) já sinaliza a intenção de contratação até dezembro de 2020. Contudo, a recuperação total dos negócios deverá ser lenta, pois 60% esperam que deve demorar de quatro meses até um ano após o fim da pandemia para retomarem seus negócios aos níveis anteriores à crise.

Além das questões trabalhistas, as empresas tiveram que passar por modificações em suas estruturas financeiras: 44% cortaram custos com renegociação de contratos, 43% cortaram gastos com matérias-primas, 38% negociaram contas de água, energia e telefone, enquanto outras 22% cancelaram contratos de aluguel.

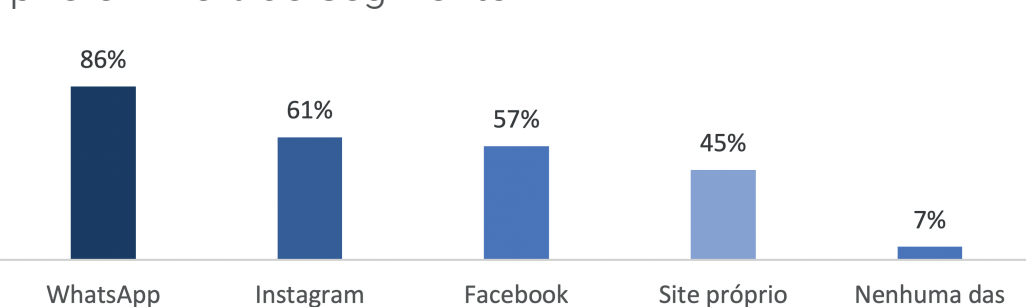
Uma forte preocupação do segmento das Agências de Viagens para a retomada é em relação à insegurança com o mercado de turismo, sobretudo no que diz respeito às companhias aéreas, parceiros locais e fornecedores de outros países, além do acesso ao crédito.

Dentre as principais medidas governamentais que poderiam ser implantadas para compensar os efeitos da pandemia nos negócios, a redução de impostos e taxas (57%), empréstimos sem juros (55%), aumento das linhas de crédito (52%) e renegociação de prazos para pagamentos de empréstimos (30%) foram as mais citadas.

A grande maioria dos empreendedores que atuam no segmento já vendiam utilizando redes sociais, aplicativos ou internet (83%) antes da pandemia. Apenas 5% começou a comercializar produtos e serviços por esses meios por causa do momento. Fazendo comparação com os pequenos negócios em geral, de acordo com a 5ª edição da pesquisa de impacto, 49% já vendiam pela internet antes da crise.



Os canais mais utilizados para este fim são: WhatsApp (86%), Instagram (61%), Facebook (57%) e site próprio em 45% do segmento.



Características positivas revelam a força do segmento de Agências de Viagens, considerando sua capacidade pela maior escolaridade dos empreendedores, pela grande experiência no mercado de atuação, por ser o segmento mais engajado digitalmente, com qualificação no atendimento e atuação em venda de produtos e serviços turísticos tanto nacional como internacionalmente. No entanto, a recuperação do segmento deve ser gradual, seguida pelo consumo das famílias, aliado às expectativas da vacina para a Covid-19 e o retorno da confiança da população – com consequente retomada das viagens domésticas, a trabalho, lazer, visita a familiares e, em um segundo momento, o retorno de shows e eventos corporativos, das viagens internacionais.

Para conferir essa e outras pesquisas, acesse: <https://datasebrae.com.br/covid/>