

IMPACTOS DA PANDEMIA NO COMÉRCIO DE SALVADOR: BARES E RESTAURANTES

Ana Júlia Cedraz Bastos¹
Larissa Biron da Cruz²
Luana Nara Macedo da Silva³
Lucilene Santos Pinto⁴
Rafaela Bahia Batista⁵
Cevaldo S. e Santos⁶

RESUMO

O presente artigo apresenta os impactos que a pandemia do Covid-19 ocasionou ao comércio de Salvador no ramo de bares e restaurantes, quando muitas empresas e microempreendedores tiveram que fechar seu negócio completamente culminando na perda de receita. Essa situação acarretou também na perda de emprego e renda dos trabalhadores do ramo, o que conseqüentemente, aumentou o percentual de famílias abaixo da linha da pobreza em Salvador-Ba. Depois de muitas lutas, perdas e aprendizados, alguns empresários conseguiram se recuperar reabrindo seu negócio, por causa da chegada da vacinação contra o Covid-19 que deu mais tranquilidade e segurança para essa reabertura. Nesta pesquisa serão abordados relevantes informações sobre o contexto pós-pandêmico, como as pessoas precisaram buscar novos meios de empreender para recuperar os prejuízos e manter seus negócios abertos por meio da inovação, estudos e mudanças no comportamento de empreender e também dos seus clientes. Foi necessário adaptar os negócios com o auxílio das redes virtuais para o retorno das atividades comerciais que foram evoluindo aos poucos para o modal presencial com segurança com o uso de máscara e álcool em gel. Este trabalho tem como objetivo geral analisar as conseqüências da pandemia do covid-19 no comércio de alimentos, do setor de bares e restaurantes em Salvador e os objetivos específicos, são pesquisar os impactos do covid-19 no comércio soteropolitano, e pesquisar ações realizadas pelas empresas para se adaptarem ao período pandêmico e como metodologia foi utilizada uma pesquisa exploratória descritiva com revisões bibliográficas em diversas fontes de pesquisas.

Palavras-chave: Bares e Restaurantes. Economia. Covid-19. E-Commerce.

ABSTRACT

This article presents the impacts that the Covid-19 pandemic had on Salvador's commerce in the bar and restaurant sector, when many companies and micro-entrepreneurs had to close their businesses completely, resulting in a loss of revenue. This situation also resulted in the loss of jobs and income for workers in the sector, which consequently increased the percentage of families below the poverty line in Salvador-Ba. After many struggles, losses and learning, some entrepreneurs managed to recover by reopening their business, due to the arrival of vaccination against Covid-19, which gave more peace of mind and security for this reopening. This research will cover relevant information about the post-pandemic context, how people needed to look for new ways of entrepreneurship to recover losses and keep their businesses open through innovation, studies and changes in the behavior of entrepreneurship and that of their customers. It was necessary to adapt business with the help of virtual networks to return to commercial activities that were gradually evolving to the in-person mode safely with the use of a mask and alcohol gel. This work has the general objective of analyzing the

¹ - Estudante de Administração – e-mail: ana.j.bastos@ba.estudante.senai.br

² - Estudante de Administração – e-mail: larissa.b.cruz@ba.estudante.senai.br

³ - Estudante de Administração – e-mail: luana.n.silva@ba.estudante.senai.br

⁴ - Estudante de Administração – e-mail: lucilene.pinto@ba.estudante.senai.br

⁵ - Estudante de Administração – e-mail: rafaela.batista@ba.estudante.senai.br

⁶ - Estudante de Administração – e-mail: cevaldo.santos@ba.docente.senai.br

consequences of the covid-19 pandemic on food commerce, the bar and restaurant sector in Salvador and the specific objectives are to research the impacts of covid-19 on commerce in Salvador, and research actions carried out by companies to adapt to the pandemic period and as a methodology, descriptive exploratory research was used with bibliographic reviews in various research sources.

Keywords: Bars and restaurants. Economy. Covid-19. E-Commerce.

1 INTRODUÇÃO

O coronavírus (Covid-19) é uma doença infecciosa transmitida pelo ar, meio que fez com que a doença se propagasse mais rapidamente e causasse grandes números de mortos e pessoas internadas. Então, no início da disseminação da doença, uma das soluções encontradas para tentar frear o avanço dos casos infecciosos foi a implantação do afastamento social como medida emergencial.

Durante esse período de afastamento social, as pessoas tiveram que ficar dentro de suas residências, só era permitido sair para fazer atividades consideradas essenciais, recomendando-se que as saídas fossem somente por razões essenciais, como ir ao médico, comprar medicamentos e itens de subsistência, e que somente uma pessoa da família o faça de acordo com Sales (2021, p. 216; Apud WILDER-SMITH; CHIEW; LEE, 2020). Com tal medida, o trabalho e os estudos passaram a funcionar de forma remota (home office). Porém, com o começo da pandemia, todos os comércios foram fechados e, aqueles que dependiam somente dessa renda física, sentiram-se muito prejudicados e sem saber como agir diante da nova situação em que o mundo se encontrava.

Se o cidadão necessita ficar em casa em isolamento social ele não tem como ganhar dinheiro sem poder trabalhar, e nem toda empresa funciona ou pode funcionar com a modalidade home office (SALES, 2021. p.216), além de que os serviços que não foram considerados essenciais, como bares e restaurantes, sofreram os maiores impactos, pois as pessoas economizavam todo o possível para a sobrevivência de sua família.

Devido a esse cenário, os comerciantes se viram vulneráveis, sem saber como reagir para manter seu negócio aberto no meio virtual - dado que muitos comerciantes só agiam fisicamente, sem estar presente no ambiente virtual - até as coisas voltarem ao “normal”, visto que a reabertura não tinha uma data específica, tudo dependeria do avanço da vacinação e a consequente queda do número de mortes e de casos da doença.

Os empresários precisaram se reinventar, e muitos não conseguiram sobreviver a este momento de caos e incertezas sobre o futuro. A partir de meados do ano de 2021, foi possível se criar um pouco de esperança em relação a reabertura do comércio de Salvador, uma vez que a aplicação do imunizante contra o Covid-19 estava avançando e havia quedas no número de mortes por pessoas infectadas.

Nesse contexto, de chegada da vacinação e reabertura dos comércios, o sentimento foi de esperança global, mas restaram grandes dúvidas e incertezas no imaginário dos comerciantes e da população soteropolitana, como que os empresários iriam se reinventar e se adaptar ao novo cenário, se o home office poderia ser uma opção, como os comerciantes que não estavam presentes no meio digital iriam se instalar e conseguir lucrar - ou pelo menos se manterem abertos - se iria reabrir com quadro de funcionários reduzidos - o que consequentemente, aumenta a taxa de desemprego gerado pela chegada da pandemia.

Com base em tais questionamentos, este trabalho acadêmico tem o objetivo de analisar as consequências da pandemia do Covid-19 no comércio de alimentos, do setor de bares e restaurantes em Salvador. Além de pesquisar os impactos do Covid-19 no comércio soteropolitano e, pesquisar ações realizadas pelas empresas para se adaptarem ao período pandêmico. Para tal pesquisa foi utilizada a metodologia de Pesquisa exploratória descritiva, por meio de um questionário com 24 perguntas que foi elaborado pela equipe e encaminhado para as empresas que fazem parte do nicho alvo, visando extrair informações relevantes para a pesquisa.

2 DESENVOLVIMENTO

Os bares e restaurantes foram um dos setores mais afetados pela pandemia. As medidas de restrição e distanciamento social implementadas para conter a propagação do vírus tiveram um impacto direto na operação de muitos bares e restaurantes e na demanda do consumidor, pois não é um serviço essencial.

A Alimentação Fora do Lar é um dos segmentos que mais emprega no Brasil. Segundo dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) o setor congrega um milhão de negócios e gera seis milhões de empregos diretos em todo o país, representando atualmente 2,7% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (REVISTA HOTÉIS, 2020).

Na matéria, publicada no site da Abrasel sob o título “Brasileiro aumenta despesa com alimentação fora de casa” cita que os últimos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019) mostrou que os brasileiros estavam comendo mais fora de casa. As famílias gastaram, em média, R\$ 658,23 mensais com alimentação, sendo 67,2% (R\$ 442,27) com alimentos consumidos no domicílio e os demais 32,8% (R\$ 215,96) com alimentação na rua, ou seja, em restaurantes, bares e lanchonetes país afora (ABRASEL, 2020).

Muitos proprietários perderam grande parte dos seus faturamentos por conta do distanciamento social que foi imposto de acordo com o DECRETO N 19.688 DE 11 DE MAIO DE 2020, pois os seus estabelecimentos eram a sua única fonte de renda.

Diversas famílias foram afetadas financeiramente pela falta de renda mensal dos funcionários prejudicados pela pandemia do coronavírus. Dentro desse cenário desesperador Em 18 de março de 2020 O Projeto de Lei (PL) 9236/2017 de autoria do Deputado Eduardo Barbosa (PSDB-MG) batizado como auxílio emergencial foi uma medida temporária e emergencial, criada para ajudar as pessoas mais afetadas pela crise econômica gerada pela pandemia de COVID-19.

Oliveira (2021) Faturamento zerado, demissões, endividamento, dificuldade de adaptação a novo formato, insegurança e projetos adiados. Essa é a realidade que permeia o setor de bares e restaurantes desde o início da pandemia do novo coronavírus. Com o vai e vem de medidas restritivas e a falta de consenso político entre os entes estadual, municipal e federal, esses estabelecimentos são os primeiros a fechar as portas e os últimos a reabri-las.

De acordo com os dados divulgados pela SEI, o nível de atividade econômica - Produto Interno Bruto recuou (8,7%) no segundo trimestre de 2020 em comparação ao mesmo período do ano anterior. A queda no PIB de Salvador se deu nos seus dois principais setores de atividades. O setor de serviços que representa mais de 70% da economia soteropolitana caiu 10,3% por conta das restrições no primeiro ano da pandemia do COVID-19. Foi o segundo recuo nominal consecutivo dos serviços na capital e o mais baixo desde 2015.

O IBRE (2020) explica que algumas medidas de auxílio às empresas foram realizadas pelo governo brasileiro: a redução da taxa de juros para 3,75%, a liberação de R\$ 15 bilhões em benefícios para trabalhadores informais e autônomos, a postergação de pagamento de dívidas em até 60 dias e o adiamento de três meses do pagamento de tributos federais para empresas. Também foi criado um pacote emergencial que pretende injetar R\$147 bilhões na economia (IBRE, 2020). Além do auxílio governamental, os restaurantes, assim como outros setores, precisarão inovar para recuperar as perdas e voltar a crescer.

2.1 PRINCIPAIS CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA NO SETOR DE BARES E RESTAURANTES

Pesquisa realizada pelo Sebrae (2020) aponta que os principais setores afetados pela pandemia do COVID-19 foram o comércio varejista e o de alimentos e bebidas. Por isso, o ideal é que as medidas e estratégias do governo fossem voltadas primeiramente para salvar as empresas de pequeno porte, já que elas têm mais dificuldade em obter capital de giro e linhas de crédito.

Especificamente o setor de Alimentação Coletiva que inclui bares, restaurantes comerciais e institucionais foi impactado no início da pandemia com informações truncadas, poucos esclarecimentos sobre o real potencial de transmissão do vírus pela matriz alimentar e pelas poucas informações oficiais sobre como proceder nos cuidados higiênicos-sanitários,

seja com seus trabalhadores, seja com as matérias-primas utilizadas e potenciais mecanismos pelos quais seria possível evitar a disseminação *in loco* do SARS-CoV-2 (CFN, 2020).

A chegada da pandemia no país agravou o quadro de crise social e econômica do país. Os impactos sobre a população e o mercado de trabalho acarretaram aumento do desemprego, redução da renda, desestruturação de pequenas atividades e fechamento de empresas no país. Com a tomada de medidas de restrição a partir de março de 2020, houve mais de 7,8 milhões de desempregados, sendo que 5,8 milhões representam o “setor informal”. Ainda, houve o fechamento de 1,4 milhões de postos de trabalho formais, dos quais 331,9 mil são apenas no mês de maio de 2020 (Máximo, 2020).

Os restaurantes têm forte participação na economia brasileira e contribuem ativamente no Produto Interno Bruto (PIB), segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), este ramo é responsável por 2,7% do PIB do país (SEBRAE, 2019). Assim, têm sofrido impactos proporcionais à sua parcela na economia – fato revelado por pesquisas realizadas pelo SEBRAE e pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

Em outubro de 2020, uma pesquisa feita pela Abrasel revelou que 53% dos restaurantes brasileiros apresentaram receitas menores do que a que seria esperada para tal época do ano - quando em comparação com o ano anterior (ABRASEL, 2020). Sendo assim, nota-se que muitas empresas estavam funcionando com dificuldades e provavelmente seja preciso recorrer a empréstimos bancários para continuar com o seu funcionamento.

Os restaurantes representavam uma significativa porcentagem das vendas turísticas. No ano de 2019, o segmento foi responsável por 53,3% do montante das vendas. Os dados encontrados para restaurantes e similares demonstraram a tendência dos consumidores por refeições fora de casa, conforme a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2020).

O crescimento do setor foi impactado significativamente com o surgimento da pandemia, as estimativas apontam para uma redução do Produto Interno Bruto (PIB) do setor de 38,9% em relação a 2019, de acordo com a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2020). Quanto aos restaurantes, Melo (2020), citando a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), comenta que as perdas econômicas estão na ordem de R\$50 bilhões.

De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2017), o setor de alimentação fora do lar, que engloba bares, restaurantes e lanchonetes, empregava, antes da pandemia do covid-19, cerca de seis milhões de pessoas no Brasil, respondendo por, aproximadamente, 2,7% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

Uma pesquisa realizada pela Abrasel, em outubro de 2020, sobre a situação da retomada dos restaurantes nos Estados brasileiros revelou um setor ainda cheio de incertezas em comparação às pesquisas anteriores.

Apesar da pesquisa ter sido realizada em 11 de junho de 2020, pelo menos 60 dias após o início da reabertura dos estabelecimentos, 53,0% dos restaurantes e bares descreveram estar no prejuízo. Além disto, 62,0% relataram ter realizado novos empréstimos para manter os negócios em funcionamento, 57,0% não pretendem contratar novos colaboradores; 56,0% tiveram um faturamento menor do que a metade do que na mesma época em 2019; e 30,0% consideram o prazo de dois anos para reequilíbrio das dívidas para um patamar normal e equilibrado.

Diante deste contexto, para que a economia se restabelecesse, os empresários e gestores do setor de Alimentação Coletiva tiveram que lidar com a recuperação de clientes e o pagamento de novas dívidas (FREITAS; STEDEFELDT, 2020).

Para Centurião, Welter e Abrita (2020) montou-se um novo cenário, onde demissões e fechamentos das empresas, deixaram o mercado esvaziado e com baixa atividade. Dessa forma, estudos e projeções sobre as tecnologias digitais, que estavam em análise, tiveram que ser transformados em ações concretas. Idealizações como a digitalização, *home office*, e outras práticas, impuseram aos empresários novas formas de estruturar seus negócios e de competir, pois, a necessidade acelerou os processos que estavam em estudo.

A pandemia da COVID-19 teve um impacto significativo no comércio de Salvador. As medidas de restrição e distanciamento social implementadas para conter a propagação do vírus tiveram um impacto direto na operação de muitos negócios e na demanda do consumidor.

Quadro 1 - Principais Impactos no comércio durante a pandemia

Impactos	Consequências
Fechamento temporário de comércios não essenciais.	Em muitos países, os governos implementaram medidas de confinamento que exigiam o fechamento temporário de lojas e estabelecimentos não essenciais.
Queda na demanda do consumidor.	Com as pessoas sendo aconselhadas a ficar em casa, muitos consumidores reduziram seus gastos em bens e serviços não essenciais.
Aumento do comércio eletrônico.	Com as lojas físicas fechadas, muitos consumidores passaram a fazer compras online, o que levou a um aumento

	significativo do comércio eletrônico.
Mudanças na cadeia de suprimentos.	A pandemia interrompeu as cadeias de suprimentos globais, levando a atrasos na entrega de produtos e matérias-primas.
Mudanças no comportamento do consumidor.	A pandemia mudou o comportamento do consumidor de várias maneiras, incluindo um aumento na demanda por produtos de saúde e higiene, além de um aumento na conscientização sobre a origem e o processo de fabricação dos produtos.
Desafios financeiros para as empresas.	Muitos comércios, especialmente pequenas empresas, tiveram dificuldades financeiras durante a pandemia devido à redução da demanda do consumidor e às restrições impostas pelo governo.

Fonte: Autoria própria, (2023).

Dessa forma, a pandemia da COVID-19 teve um grande impacto significativo no comércio, e muitos negócios enfrentaram desafios durante esse período difícil. No entanto, alguns negócios foram capazes de se adaptar e inovar, e o comércio eletrônico em particular registrou um aumento significativo.

2.2 MEDIDAS PARA O ENFRENTAMENTO DA CRISE

No Brasil, a COVID-19 foi caracterizada como emergência nacional em Saúde Pública em fevereiro por meio da lei n. 13.979/2020, cuja regulamentação e operacionalização se deu pela Portaria n. 356 (2020), a qual trata das medidas de isolamento social e quarentena. O Legislativo Federal (Decreto n. 6, 2020), reconhecendo o estado de calamidade pública no Brasil, requereu que o Estado, baseado na sua infraestrutura e nas características locais, interviesse estrategicamente com ações de enfrentamento à doença nos seus territórios. Neste contexto, o desafio dos governos foi o de articular ações de conciliação conflituosa nos âmbitos da saúde, da economia e das ações sociais (HAFIZ; RING; SHNTSER, 2020).

A pandemia da COVID-19 ampliou o papel dos estados e municípios na condução do enfrentamento da crise uma vez que as políticas locais são fundamentais na definição das medidas de distanciamento social e na gestão da capacidade do sistema de saúde e de proteção social (MORAES, 2020; HARZHEIM et al., 2020).

Medidas do Governo Brasileiro	Procedimentos executados pelas Empresas
<p>-Postergação de pagamentos de dívidas em até 60 dias e o adiantamento de três meses do pagamento de tributos federais para empresas;</p> <p>-Redução de taxa de juros para 3,75%.</p>	<p>Ações para prorrogar prazo para pagamentos dos tributos.</p>
<p>Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, por meio da Medida Provisória nº 936 de 2020, apostando na “redução da jornada de trabalho e, proporcionalmente, do salário, mediante acordo individual escrito ou negociação coletiva e com duração máxima de 90 dias.”</p>	<p>Suspensão de Dívidas Tributárias e contratos de trabalho.</p>
<p>-Medida Provisória 944/2020 que instituiu o Programa Emergencial de Suporte a Empregos, destinado à realização de operações de créditos com a finalidade de pagamento de folha salarial ou de verbas trabalhistas;</p> <p>-Criação do Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PRONAMPE).</p>	<p>Acesso ao crédito, através de empréstimos bancários.</p>
<p>Pacote emergencial de R\$ 147 bilhões na economia.</p>	<p>Buscaram diversificar suas vendas por meio on-line e delivery.</p>

Fonte: Autoria própria, (2023).

2.3 HOME OFFICE – UMA SOLUÇÃO VIÁVEL

Durante a pandemia do COVID-19, a área administrativa de bares e restaurantes precisou se adaptar rapidamente ao modelo de trabalho remoto, também conhecido como home office. Essa modalidade de trabalho permitiu que os colaboradores desempenhassem suas funções fora do ambiente físico do estabelecimento, contribuindo para a continuidade das operações e a manutenção da produtividade. Tachizawa e Mello (2003, p.11-12) observam que “o teletrabalho é uma realidade no Brasil onde organizações de diferentes setores de atividades, o praticam, de maneira formalizada ou não [...] gestores, técnicos e administradores em geral necessitam de orientação prática no desenvolvimento das atividades de teletrabalho.” Embora a operação presencial tenha sido limitada e até mesmo suspensa devido às restrições, as tarefas administrativas continuaram sendo uma parte essencial para manter o negócio funcionando, muitas tarefas administrativas puderam ser realizadas remotamente ou com ajustes para atender às necessidades.

A área administrativa de bares e restaurantes inclui funções como gerenciamento de estoque, contabilidade, recursos humanos, marketing, planejamento e outras atividades

relacionadas, durante a pandemia desempenhou um papel crucial na gestão das operações, adaptação às restrições e garantia da conformidade com as medidas de saúde e segurança. A implementação dessa modalidade não ocorreu sem desafios, a infraestrutura tecnológica adequada, a comunicação eficiente, a motivação e o engajamento da equipe foram fundamentais para o sucesso da adaptação ao trabalho remoto.

Quadro 3 - Desafios do home office na área administrativa

Infraestrutura tecnológica.	A infraestrutura tecnológica adequada foi essencial para viabilizar o home office. Isso inclui a disponibilidade de computadores, conexões de internet estáveis, softwares de comunicação e colaboração remota, além de dispositivos de segurança cibernética para proteger dados sensíveis.
Comunicação eficiente.	Manter uma comunicação eficiente entre os colaboradores em um ambiente remoto foi um desafio. Foi necessário investir em plataformas de videoconferência, aplicativos de mensagens instantâneas e sistemas de gestão de projetos para garantir uma comunicação clara e constante.
Motivação e engajamento.	O distanciamento físico e a falta de interação presencial podem impactar a motivação e o engajamento dos colaboradores. Administradores tiveram que implementar estratégias para manter a equipe motivada, como reuniões virtuais, reconhecimento de desempenho e incentivos adequados.

Fonte: Autoria própria, (2023).

Apesar dos desafios enfrentados para a adaptação ao trabalho remoto, o home office apresentou várias vantagens significativas para a área administrativa dos bares e restaurantes. Para Rocha (2014, p.3): “o *home office* surge como uma modalidade flexível de gestão que pode trazer qualidade de vida ao profissional, bem como uma produtividade constante a organização, podendo diminuir gastos e até mesmo o estresse dos colaboradores”.

Quadro 4 - Vantagens do home office na área administrativa

Flexibilidade de horários.	O home office permitiu uma maior flexibilidade de horários, o que possibilitou que os colaboradores ajustassem suas atividades de acordo com suas necessidades pessoais e profissionais.
	Trabalhar de casa proporcionou uma maior conciliação entre trabalho e vida pessoal,

Conciliação entre trabalho e vida pessoal.	eliminando o tempo de deslocamento e permitindo que os colaboradores pudessem se dedicar a atividades familiares e pessoais com mais facilidade.
Redução de custos operacionais.	Ao adotar o home office, os bares e restaurantes puderam reduzir os custos operacionais associados ao espaço físico, como aluguel, serviços públicos e manutenção.
Atração e retenção de talentos.	A possibilidade de trabalhar remotamente pode ser um atrativo para profissionais qualificados, contribuindo para a atração e retenção de talentos na área administrativa dos bares e restaurantes.

Fonte: Autoria própria, (2023).

Para viabilizar o home office na área administrativa, diversos recursos tecnológicos foram utilizados, as ferramentas e tecnologias utilizadas no home office facilitaram a colaboração e o gerenciamento de tarefas.

Quadro 5 - Ferramentas e tecnologias utilizadas no home office em período pandêmico

Plataformas de videoconferência.	Ferramentas como Zoom, Microsoft Teams e Google Meet possibilitaram a realização de reuniões virtuais, permitindo a interação entre colaboradores e a condução de discussões e decisões importantes.
Compartilhamento de arquivos em nuvem.	O armazenamento e compartilhamento de arquivos em nuvem, por meio de plataformas como Google Drive, Dropbox e Microsoft OneDrive, tornou mais fácil o acesso e a colaboração em documentos e informações importantes.
Aplicativos de mensagens instantâneas.	Ferramentas como Slack, Microsoft Teams e WhatsApp foram amplamente utilizadas para a troca de mensagens rápidas, comunicação em tempo real e organização de grupos de trabalho.
Sistemas de gestão remota.	Sistemas de gestão remota, como Trello, Asana e Jira, foram adotados para o acompanhamento e organização de tarefas, permitindo que os administradores pudessem gerenciar o fluxo de trabalho de forma eficiente.

Fonte: Autoria própria, (2023).

Após a pandemia, é provável que o home office continue sendo uma opção viável na área administrativa dos bares e restaurantes, o modelo flexível de trabalho tem potencial para continuar sendo explorado no futuro, contribuindo para a atratividade do setor e a qualidade de vida dos colaboradores. A experiência adquirida durante o período de trabalho remoto abriu espaço para novas perspectivas sobre modelos flexíveis de trabalho, incentivando a adoção de estratégias híbridas que combinem o trabalho presencial com o remoto.

2.4 A INSERÇÃO DO DELIVERY DURANTE O PERÍODO DE PANDEMIA

Em 2020 houve a liberação do serviço por delivery Conforme Abílio (2020), a necessidade da população em ser atendida em suas casas, mostrou as diferenças sociais entre aqueles que tiveram o privilégio do isolamento domiciliar e aos que tiveram que se arriscar para sobreviver. Graças à mobilidade e conectividade provenientes do uso dos smartphones, seus usuários passam a ser integrantes de um sistema conhecido como economia do compartilhamento, que tem como exemplo novas formas de “empreendedorismo” e “parcerias” junto às empresas de aplicativos.

Duarte (2020) comenta que antes mesmo da pandemia, o sistema *delivery* representava uma complementação para muitos restaurantes. Entretanto, após o isolamento social, esta forma de entrega passou a ser uma maneira dos estabelecimentos manterem-se abertos. Os estabelecimentos recebem pedidos via telefone, via aplicativos ou *site*, sendo esses dois cada vez mais recorrentes. A autora, citando uma pesquisa do Instituto QualiBest, informa que 81% dos indivíduos consultados afirmam que já encomendaram produtos por meio de *apps* instalados em *smartphones*.

Reforça Paulo Solmucci (2022) onde relata que o delivery foi importante durante a pandemia, tanto que houve uma adesão massiva de restaurantes ao sistema, como mostra a pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). E agora continua como uma importante fonte de receita para os estabelecimentos. O que nos preocupa é a concentração dos pedidos em um único aplicativo, dependência aprofundada com a saída do Uber Eats do Brasil.

2.5 ADAPTAÇÃO AO E-COMMERCE

A pandemia causada pela Covid-19 fez com que muitos empreendedores tivessem que repensar a forma como conduzir seus negócios para mantê-los ativos, fazendo com que muitos aderissem ao comércio eletrônico. Segundo o Sebrae (2020), o comércio eletrônico tem crescido com a crise também nos pequenos negócios.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020), no início de abril de 2020, devido à paralisação do atendimento presencial em serviços

de alimentação em muitas localidades brasileiras e/ou com a opção de muitos consumidores em evitar a retirada de alimentos, diversos restaurantes optaram pelo *delivery*.

Muitos estabelecimentos que não tinham a opção de venda pela internet e serviço de entrega tiveram que passar a oferecer, de modo a minimizar os prejuízos causados pelo isolamento e *lockdown* nas grandes cidades e assim não perder a preferência do cliente que buscará outro estabelecimento que já disponibilize a opção de entrega (TOBLER, 2020).

Oliveira, Abranches e Lana (2020) afirmam que a entrega a domicílio é uma solução viável para minimizar a crise no setor de restaurantes em grandes centros urbanos, entretanto, quando se analisa as diferenças socioeconômicas e territoriais do Brasil, essa tecnologia não está acessível a toda população.

Há a questão de infraestrutura e tecnologia, e em alguns casos até a dificuldade de lidar com a tecnologia e novas modalidades de trabalho. Existe um grande número de empresas familiares que ainda são geridas pelo fundador, que não raro é uma pessoa de mais idade, e não tem tanto conhecimento sobre a implantação de um modelo de trabalho *home office* ou posicionamento digital, por exemplo, comenta Morette (2020).

Contudo, observa-se que empreendedores de pequenos negócios estão encontrando muitas dificuldades para operacionalizar seus negócios através desse tipo de comércio, visto que essa não era uma realidade para muitas empresas (CABRAL, 2020).

Com o fechamento do comércio para conter a proliferação da COVID-19 no primeiro semestre de 2020, segundo Guimarães Júnior, Nascimento, Santos e Rodrigues (2020) a venda por meios digitais apresentou-se como uma das principais soluções para evitar a falência das empresas e o aumento do desemprego. Evidencia-se que os negócios que já eram comuns na esfera da transformação digital, adaptam-se sem maiores problemas, enquanto os negócios tradicionais foram forçados a se ajustarem abruptamente.

Adaptação foi a chave para ajustar os modelos de negócio frente à crise sanitária, e desta forma levar os clientes a novas experiências gastronômicas. Capacidade técnica, criatividade, motivação, disciplina, perspicácia, comunicação e novas estratégias de atendimento foram e devem ser alinhadas e utilizadas como estratégias de mercado para a superação dos desafios encontrados (OLIVEIRA; ABRANCHES; LANA, 2020; SEBRAE, 2020a, 2020c).

Sendo assim, o mercado eletrônico encontra-se em fase de crescimento, impulsionado pela tecnologia e a popularidade da internet, gerando renda e oportunidades de negócios para os mais diferentes segmentos de mercado.

O comércio eletrônico movimentou bilhões de dólares, e a expectativa é de que cresça exponencialmente. O ciberespaço prenuncia uma era em que o de compra e venda torna-se mais automatizado e conveniente. As empresas conectam-se entre si e com os clientes em uma rede virtual homogênea. A informação na Internet flui pelo planeta em um instante e sem custo. As partes vendedoras têm mais facilidade para identificar as melhores partes vendedoras e os melhores produtos. O tempo e a distância, que representaram grandes custos e barreiras comerciais no passado, encolhem imensamente. Os comerciantes que continuarem a vender nas formas antigas lentamente desaparecerão de cena (KOTLER, 2009, p. 257).

Cada vez mais a presença *online* é importante, comenta Todor (2016) e vem tomando o lugar do espaço físico. Se por um lado isso preocupa alguns trabalhadores que temem por seus empregos, por outro essa é uma janela de oportunidades que se abre para quem deseja empreender com poucos recursos ou mesmo prestar serviços como o tão necessário *delivery* nos dias atuais. Além disso, o meio digital surge com novas profissões e novas possibilidades de negócios, permitindo até empreender sem sair de casa.

É fato que a pandemia de Covid-19 acelerou essa realidade enormemente, pois as questões de saúde e medo do contágio, bem como a orientação de isolamento fez com que a população passasse a utilizar o digital em peso. E se antes ter presença digital era opcional no mundo dos negócios, apenas um mero diferencial, hoje é algo mandatório. Afirmou Bill Gates (s.d), “em alguns anos irão existir dois tipos de empresas: as que fazem negócios pela internet e as que estão fora dos negócios”.

2.6 CRIAÇÃO DO PLANO DE CONTINGÊNCIA PARA A REABERTURA DOS EMPREENDIMENTOS

A pandemia causou efeitos negativos na economia do Brasil e com isso também impactou os setores comerciais, tributários e trabalhistas, afetando diretamente as relações de consumo. Diante disso, algumas medidas foram adotadas pelo governo brasileiro, como flexibilização das compras públicas, suspensão temporária de contribuições previdenciárias, ajuda financeira para as empresas, dentre outras. Entretanto, esses incentivos não foram suficientes para evitar que muitas empresas encerrassem suas atividades diante da crise (Campos & Gomes, 2020; Garcia & Bezerra, 2020; Aquino & Lima Filho, 2021).

A resposta à gestão dessa crise envolveu necessariamente ações multidimensionais que incluíram a tomada de decisões e o atendimento de princípios como a adoção de um Plano de Contingência, um Plano de Reestruturação e Estabilização para o setor, e estratégias para a retomada das atividades no mercado (RODRIGUES; CARPES; RAFFAGNATO, 2020; REEVES; LANG; CARLSSON-SZLEZAK, 2020).

O Plano de Contingência é considerado como um planejamento de resposta a uma situação de crise, sendo fundamental para mitigar os efeitos negativos e conseguir retornar ao cenário anterior à crise (KOZLOWSKI, 2017).

O Plano de Contingência definido logo após a publicação dos decretos municipais, estaduais e federais em relação à necessidade de distanciamento social para prevenção ao contágio e contenção da propagação de infecção viral relativa ao COVID-19 em março de 2020, teve como objetivo inicial a manutenção das atividades do restaurante. Este plano envolveu uma análise criteriosa dos principais pilares relacionados à gestão dos restaurantes como custos, linhas de créditos, colaboradores, fornecedores e clientes.

As atividades do Plano de Reestruturação e Estabilização para o setor de Alimentação Coletiva ou, de acordo com Organização Mundial da Saúde - OMS, de reabilitação, reconstrução e recuperação – consiste em ações que, passada a emergência, visaram ao retorno da normalidade (RODRIGUES; CARPES; RAFFAGNATO, 2020). Tais atividades foram baseadas na organização, planejamento e adaptação interna dos restaurantes à nova realidade imposta pela COVID-19. Além disto, também visaram proteger a saúde tanto daqueles que consomem as refeições, como daqueles que as produzem (FREITAS; STEDEFELDT, 2020).

Quadro 6 - Ações relacionadas ao Plano de Contingência, Reestruturação e Estabilização para o enfrentamento da crise

Plano de Contingência	Plano de Reestruturação e Estabilização
Renegociação de contratos de aluguel, segurança, empresa de serviços gerais (limpeza) e com fornecedores.	-Adaptação dos procedimentos e instalações da infraestrutura dos restaurantes em virtude da COVID-19 (Salão de Refeições; Instalações Sanitárias; Setor de Recepção de Mercadorias); -Inserção de novos equipamentos nas etapas de produção.
Ampliação da linha de créditos com bancos e investidores.	Planejamento e controle financeiro dos custos de produção.
Redução no número de preparações comercializadas e substituição de ingredientes.	-Implantação de novos processos de controle de qualidade relacionados às Boas Práticas de Produção; -Otimização dos processos de produção para evitar perdas e desperdícios; -Controle rígido da Gestão do estoque; -Revisão e simplificação no cardápio.
	-Ampliação da rede de contatos e fortalecimento

Estabelecer uma rede de contato com os clientes, a partir das redes sociais.	do relacionamento com os clientes pelas mídias sociais; -Ampliação dos canais de venda das refeições como delivery, take away e drive thru; -Estabelecimento de canais de atendimento ao cliente; -Exploração da comunicação e estratégias do marketing digital.
Contratos paralisados, rescindidos ou a carga horária de trabalho reduzida dos colaboradores.	Motivação e capacitação da equipe quanto aos aspectos à COVID-19 (distanciamento social, uso de máscaras, higienização das mãos, uso de álcool em gel, higienização e manipulação dos alimentos entre outros), definição de rotinas de trabalho.

Fonte: Autoria própria, (2023).

2.7 A REABERTURA DE BARES E RESTAURANTES

A lei 1764/20 reconhecida pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020 que entrou em vigor no dia 12 de abril de 2020, regulamenta o funcionamento do comércio no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus, exigindo controle de acesso, uso de máscaras e de luvas pelos funcionários e distribuição de álcool em gel aos clientes.

Entre os desafios dos restaurantes abertos ao público em geral, perante a flexibilização do isolamento social e a possibilidade de retomada dos serviços, esteve a adequação às medidas estabelecidas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e a ANVISA. De forma geral, as medidas de higiene indicadas buscam a eliminação e a redução dos riscos nas superfícies e embalagens de alimentos, uma vez que não há evidências de contaminação pelo coronavírus por meio de alimentos (SOUSA et al., 2020).

Entre as muitas medidas esteve a disponibilização de álcool em gel 70% para clientes e funcionários e o distanciamento de um metro entre cadeiras ou dois metros entre as mesas do salão, sendo indicado que o atendimento seja de apenas 30% da capacidade do estabelecimento. Tanto o salão como a cozinha devem estar bem ventilados e os aparelhos de ar-condicionado devem estar com a manutenção em dia. Pratos e talheres limpos devem ser mantidos em saquinhos de papel, no caso de restaurantes *self service*, ou colocados à mesa na hora do atendimento em restaurantes *à la carte* (ABRASEL, 2020b). O funcionário deve lavar bem as mãos antes de manipular os utensílios limpos, já na retirada da louça e demais utensílios sujos, o funcionário deve conduzir com luvas (ABRASEL, 2020). Ainda, a Associação recomenda que seja feito um escalonamento no horário de almoço dos

funcionários para permitir atender a todos os clientes com conforto e segurança mesmo com a redução da capacidade de atendimento.

Outra maneira encontrada por pequenos empresários para não interromper as atividades foi a implementação do rodízio de funcionários, permitindo a manutenção de funcionários em segurança e a funcionalidade do estabelecimento (SEBRAE, 2020).

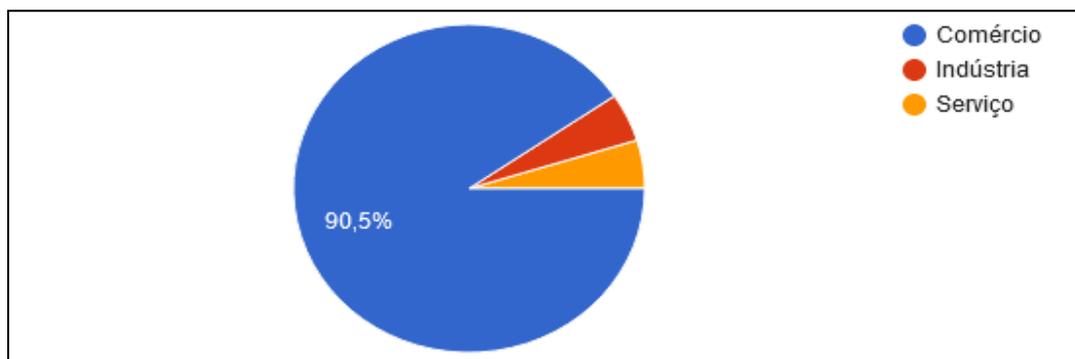
De acordo com Pereira *et al.* (2020), as mudanças causadas pela pandemia da COVID19 interferiram de modo considerável no desempenho dos comércios, mesmo aqueles com anos de experiência, mas sem preparo para enfrentar este tipo de crise. Afirmam ainda que mesmo preparada, uma organização pode sentir os impactos de uma crise como a causada pela pandemia atual, mas terá mais facilidade de se recuperar quando se tem uma base sólida e bem organizada, do que ir atrás do prejuízo quando a situação se complica.

Para que os bares e restaurantes pudessem se adaptar à nova realidade eles precisavam inovar, mas antes disso, precisaram entender de que forma isso poderia ser aplicado. De acordo com o site SINDRIO (2020), os empresários e donos de estabelecimentos tiveram que entender mais o porque um cliente buscava um restaurante para almoçar ou jantar. As pessoas de modo geral não vão nesses estabelecimentos sempre por conta das refeições (a grande parte), mas sim por um convívio diferente, compartilhar momentos, sair da rotina. E é isso que o cliente busca, sair de casa com o intuito de comer uma boa comida com pessoas queridas.

Muitas empresas tiveram que se reinventar para evitar o encerramento de suas atividades no enfrentamento da crise, uma delas foi o atendimento remoto. Sanglard e Souza (2020), afirmam que durante a pandemia da COVID-19 as empresas tiveram que mudar a forma de atendimento aos clientes, visto que era fundamental manter o distanciamento social como medida de proteção. À vista disso, os restaurantes tiveram que buscar alternativas para não ter que fechar as portas no período de isolamento social, os quais foram impedidos de atender presencialmente e o delivery foi uma alternativa encontrada pelos empresários (SEBRAE, 2020).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

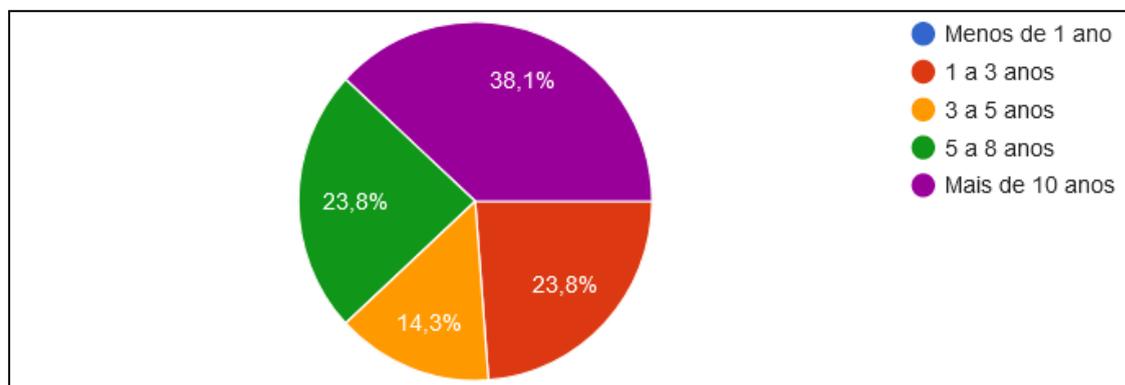
Gráfico 01 - Ramo de atividade



Fonte: Autores, (2023)

De acordo com a pesquisa realizada, verificou-se que das 21 empresas entrevistadas, a maioria tinha seu ramo de atividade vinculada ao comércio (19 empresas), onde foi expressada através dos 90,5%. Em seguida vem a prestação de serviços, com apenas 1 empresa, representando 4,8% e a indústria também com apenas 1 empresa, representando 4,8%.

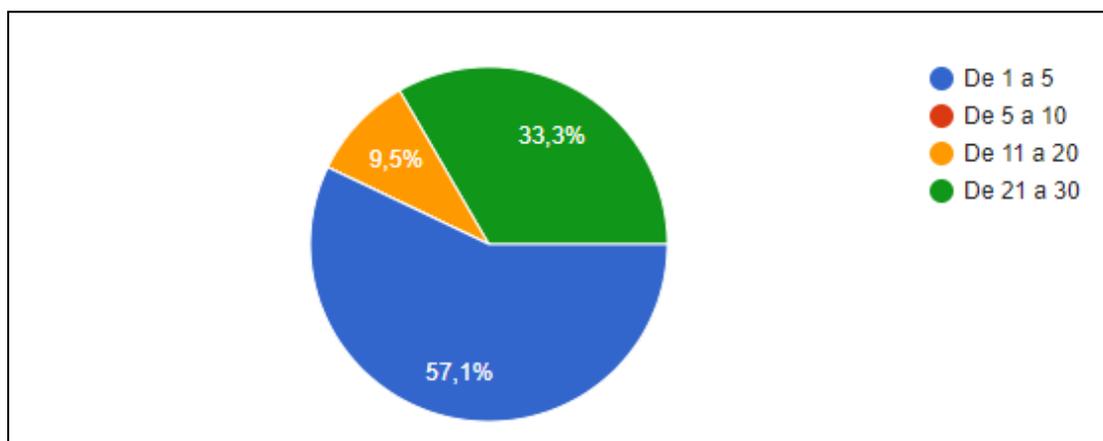
Gráfico 02 - Tempo de atuação no Mercado



Fonte: Autores, (2023).

Das 21 empresas entrevistadas, foi percebido que 38,1% das empresas contém mais de 10 anos de atuação no mercado (8 empresas). Com 23,8% são 5 empresas que possuem de 5 a 8 anos de atuação. Logo após, são 3 empresas que possuem entre 3 a 5 anos de atividade no mercado, representando 14,3%. Também com 23,8% são 5 empresas que possuem de 1 a 3 anos de atividade. Entretanto, não houve registro de empresas com menos de 1 ano de atuação no mercado, sendo assim, representando 0%.

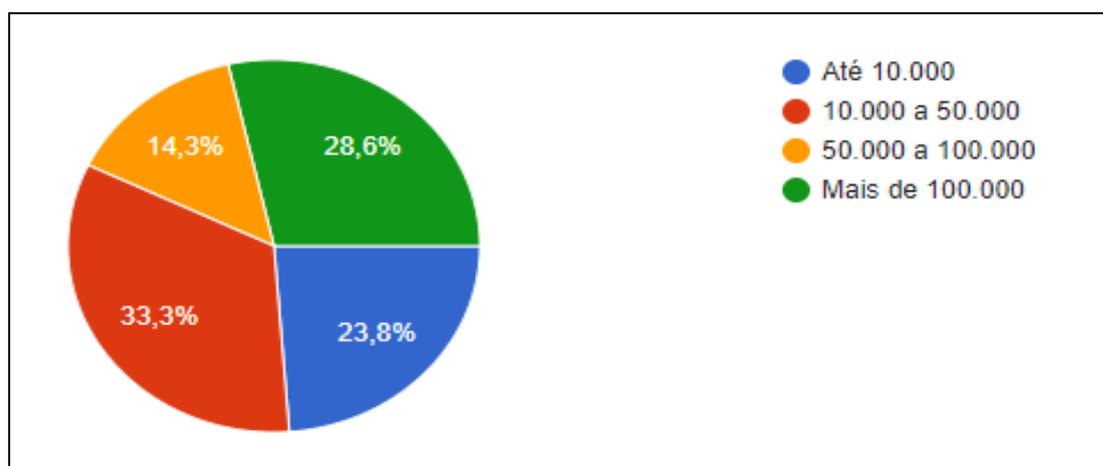
Gráfico 03 - Quantidade de Funcionários



Fonte: Autores, (2023).

Em relação à quantidade de funcionários atuando na empresa, percebe-se que das 21 empresas entrevistadas, 12 delas que correspondem 57,1% contém de 1 a 5 funcionários. Em seguida observa-se que 7 empresas, representando 33,3% têm de 21 a 30 funcionários. Já os 9,5% são 2 empresas que possuem de 11 a 20 funcionários. Entretanto, nota-se que não obtivemos empresas com 5 a 10 funcionários, sendo assim, representando 0%.

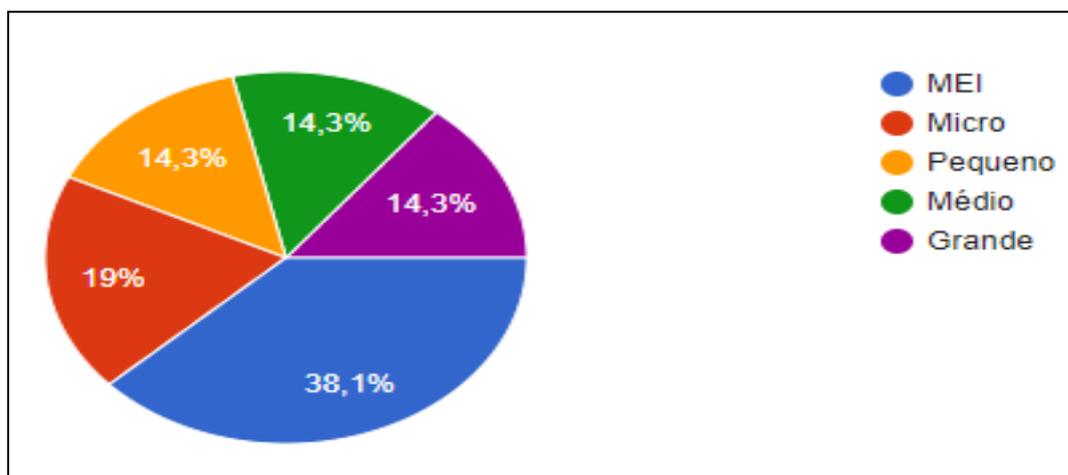
Gráfico 04 - Faturamento Bruto Anual



Fonte: Autores, (2023).

Perguntadas sobre seu faturamento bruto anual, das 21 empresas, 7 possuem entre 10 mil a 50 mil reais de faturamento anual, correspondendo a 33,3%. Já 6 dessas empresas, que representam 28,6%, detêm mais de 100 mil reais de faturamento anual. Sendo 5 empresas que concentram-se 23,8% em um faturamento bruto anual de 10 mil reais. E apenas 3 empresas que fazem parte dos 14,3%, relataram ter um faturamento de 50 mil a 100 mil reais anual.

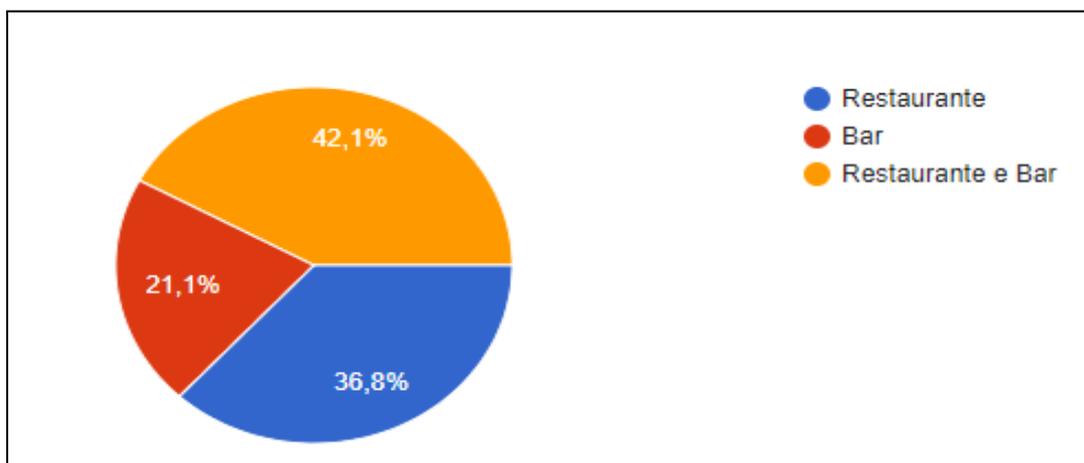
Gráfico 05 - Porte das Empresas



Fonte: Autores, (2023).

Segundo a pesquisa realizada, 38,1% que correspondem a 8 empresas, informaram que o porte da empresa se enquadra como MEI (Micro Empreendedor Individual). Sendo 4 dessas empresas, equivalente a 19%, relataram que seu negócio se enquadra como Microempresa. Já 14,3% representado por 3 empresas, informaram fazer parte de uma empresa de Pequeno porte. Também com 14,3% representada por 3 empresas, informaram que a empresa é de Médio porte. E 3 empresas, também representando 14,3%, informaram que a empresa é de Grande porte.

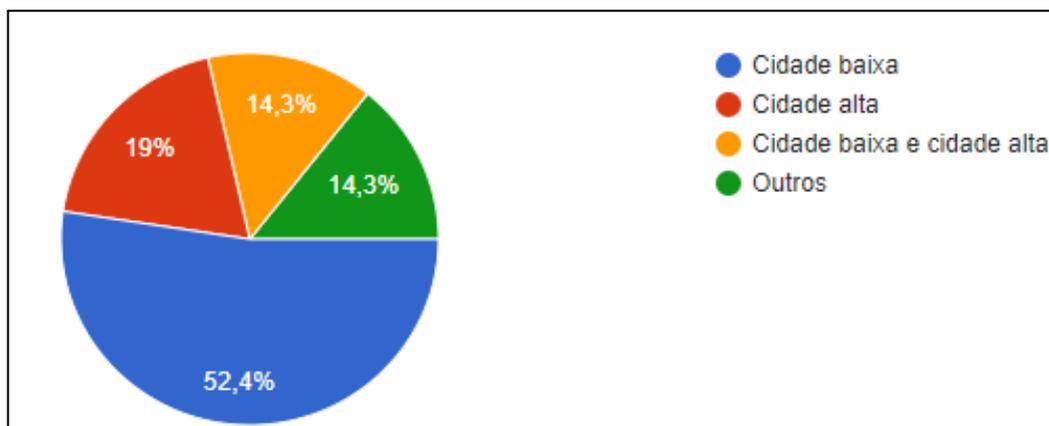
Gráfico 06 - Setor das Empresas



Fonte: Autores, (2023).

Diante do gráfico acima, constatou-se que 8 das empresas entrevistadas, representando 42,1%, atuam no setor de restaurante e bar. 36,8% sendo 7 empresas, atuam apenas como restaurante. E 4 dessas empresas, representando 21,1%, atuam apenas como bar.

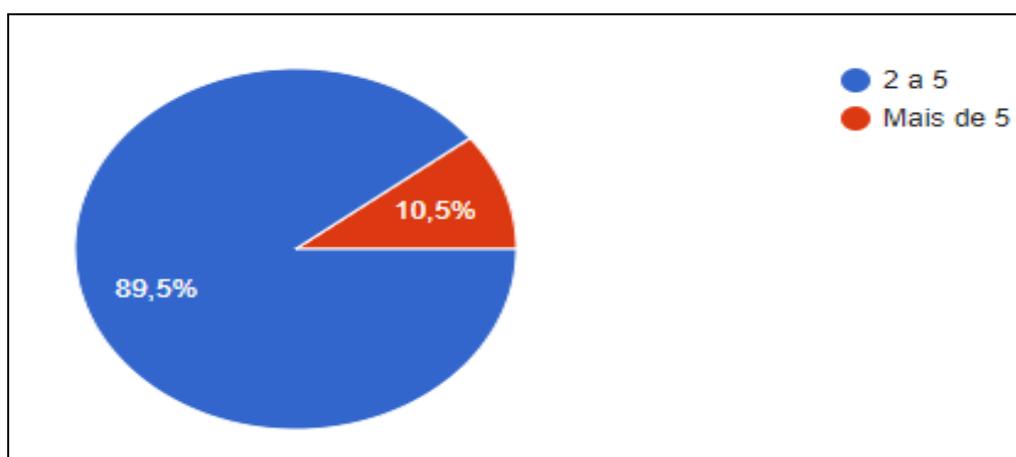
Gráfico 07 - Localização dos Estabelecimentos



Fonte: Autores, (2023).

Através da pesquisa realizada, nota-se que 11 empresas, correspondente a 52,4%, estão situadas na cidade baixa. Já 19%, representado por 4 empresas, informam que o seu estabelecimento encontra-se na cidade alta. E 14,3% equivalente a 3 empresas, estão localizadas entre a cidade baixa e a cidade alta. Os outros 14,3% representando 3 empresas, informaram estar situados em outra localidade, mas não especificaram.

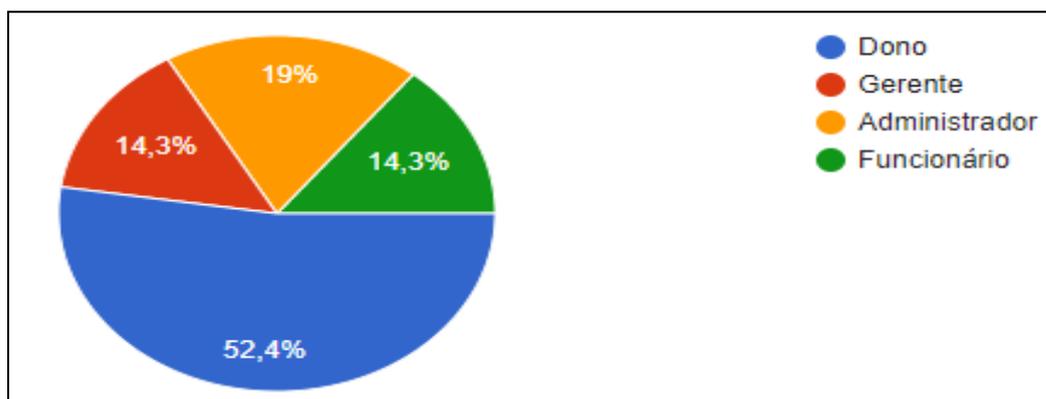
Gráfico 08 - Pontos Comerciais



Fonte: Autores, (2023).

De acordo com o gráfico acima, 89,5% dos entrevistados, que correspondem a 17 empresas, relataram que possuem de 2 a 5 pontos comerciais distribuídos pela cidade de Salvador. E 2 empresas, representando 10,5%, informaram que possuem mais de 5 pontos do seu negócio espalhado pela cidade de Salvador.

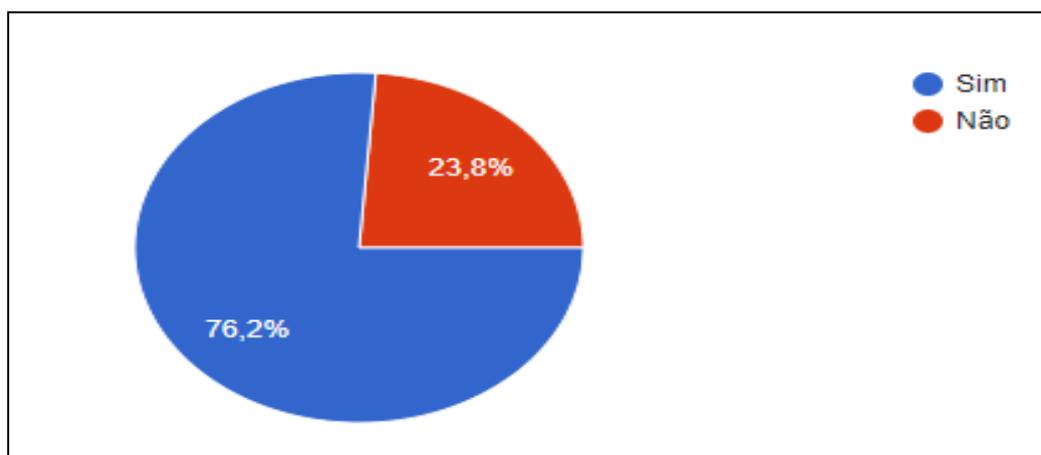
Gráfico 09 - Nível Hierárquico



Fonte: Autores, (2023).

Para viabilizar a pesquisa, foi perguntado o nível hierárquico de cada representante da empresa, 52,4% que correspondem a 11 empresas, informaram que são donos. 19% correspondendo a 4 empresas, relataram serem administradores. Já 14,3% representam 3 empresas, que informaram ter o cargo de gerente. E também com 14,3% representado por 3 empresas, disseram serem funcionários.

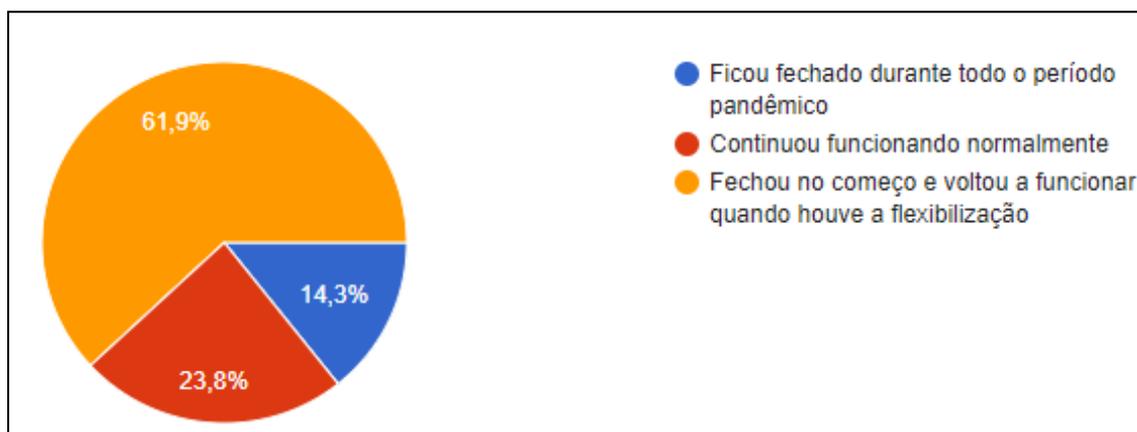
Gráfico 10 - Único meio de Renda



Fonte: Autores, (2023).

Das empresas entrevistadas, 76,2% que correspondem a 16 empresas, relataram que a empresa onde atuam é o seu único meio de renda. E 5 dessas empresas, representando 23,8%, informaram que o estabelecimento onde operam não é o seu único meio de renda, pois possuem outras fontes de renda.

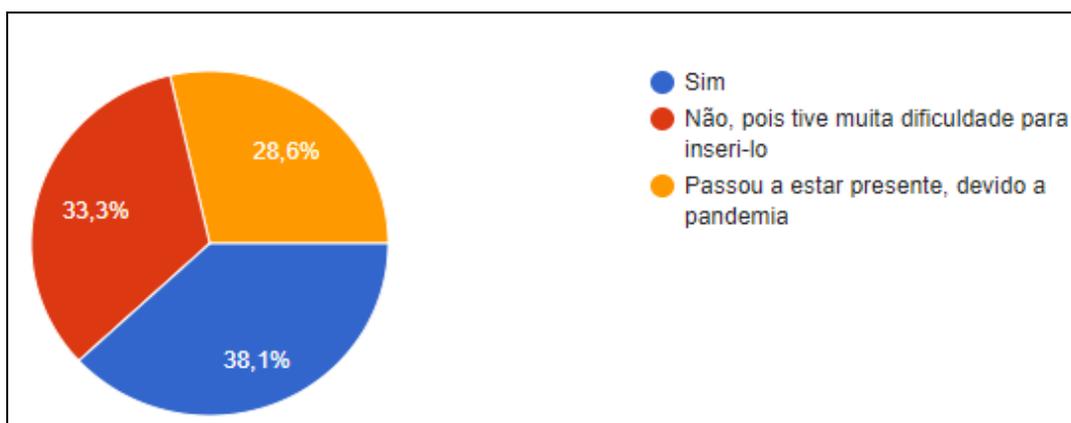
Gráfico 11 - Período de Funcionamento durante a Pandemia



Fonte: Autores, (2023).

Das 21 empresas, constatou-se que 61,9%, que correspondem a 13 empresas, informaram que o seu estabelecimento fechou no começo da pandemia do covid-19 e só voltou a funcionar quando houve a flexibilização. Já 5 dessas empresas, que correspondem a 23,8%, informaram que continuaram funcionando normalmente durante a pandemia do covid-19. E 14,3% que representam 3 empresas, informaram que o seu estabelecimento permaneceu fechado durante todo o período pandêmico.

Gráfico 12 - Presença no Ambiente Virtual

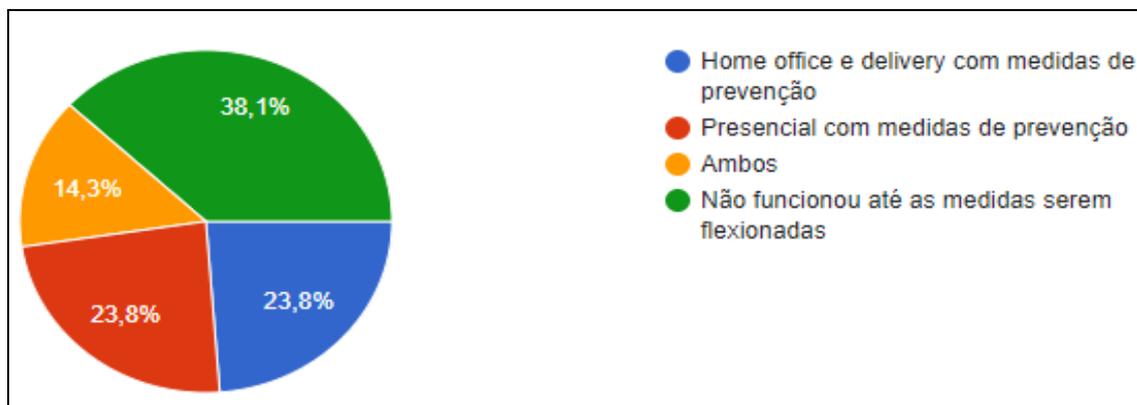


Fonte: Autores, (2023).

Em relação à presença virtual, 8 empresas que correspondem a 38,1%, relataram que já encontram-se presentes em ambientes virtuais. Já 33,3%, que correspondem a 7 empresas, informaram que não estão presentes em ambientes virtuais, devido a dificuldade para inserir

as suas empresas. E 28,6% sendo 6 empresas, relataram que passaram a estar presentes no ambiente virtual, devido a pandemia.

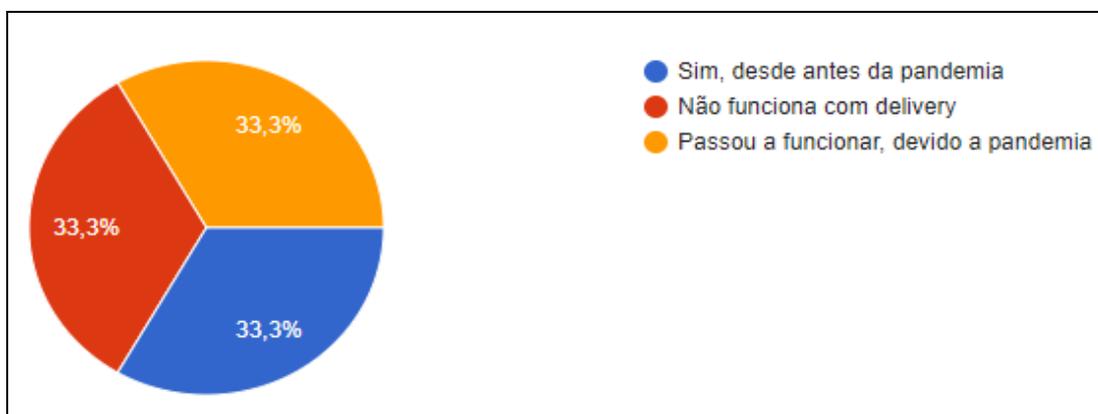
Gráfico 13 - Meios para o Funcionamento durante a Pandemia



Fonte: Autores, (2023).

Segundo os dados obtidos, percebeu-se que 8 das empresas, que representam 38,1%, relataram que durante o período pandêmico, não se adaptaram com recursos para manter o funcionamento do seu estabelecimento durante o período pandêmico, sendo assim, não funcionaram até as medidas terem sido flexionadas. Já 23,8% sendo 5 empresas, informaram que funcionaram com home office e delivery, com as medidas de prevenção estabelecidas pelo ministério da saúde. Também com 23,8%, sendo 5 empresas, informaram que seus estabelecimentos funcionaram de forma presencial com medidas de prevenção. E 3 dessas empresas, que correspondem a 14,3%, informaram que o seu estabelecimento funcionou de ambas as formas, tanto presencial, quanto home office e delivery.

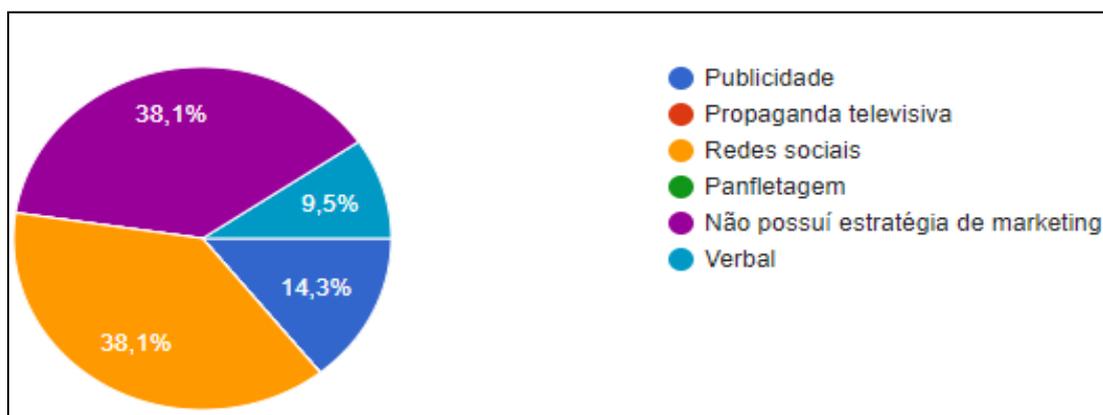
Gráfico 14 - Atuação por meio de Delivery



Fonte: Autores, (2023).

Os dados expressados no gráfico acima, demonstram que 33,3%, sendo 7 empresas, relataram que já atuavam por meio de delivery antes da pandemia do covid-19. Ainda com 33,3%, representando 7 empresas, informaram que o seu estabelecimento não funciona por meio de delivery. Também com 33,3%, correspondendo a 7 empresas, informaram que passaram a funcionar por meio de delivery, devido a pandemia do covid-19.

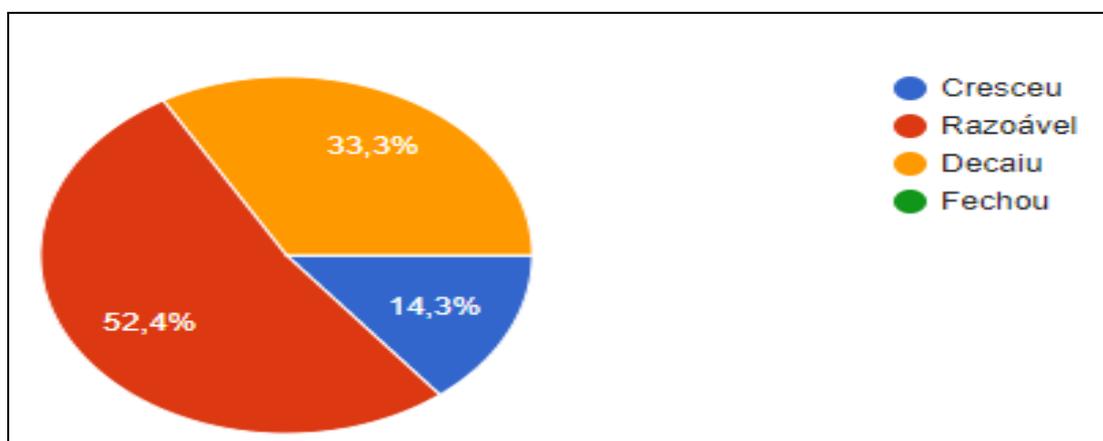
Gráfico 15 - Utilização de Estratégia de Marketing



Fonte: Autores, (2023).

Quando perguntados sobre se a empresa contém alguma estratégia de marketing, 38,1% sendo 8 empresas, informaram não possuírem estratégias de marketing. Também com 38,1% representando 8 empresas, relataram que utilizam das redes sociais como estratégia de marketing. 14,3% sendo 3 empresas, informaram que utilizam da publicidade como estratégia de marketing. E 9,5% são 2 empresas, que relatam utilizarem a estratégia de marketing por meio da comunicação verbal.

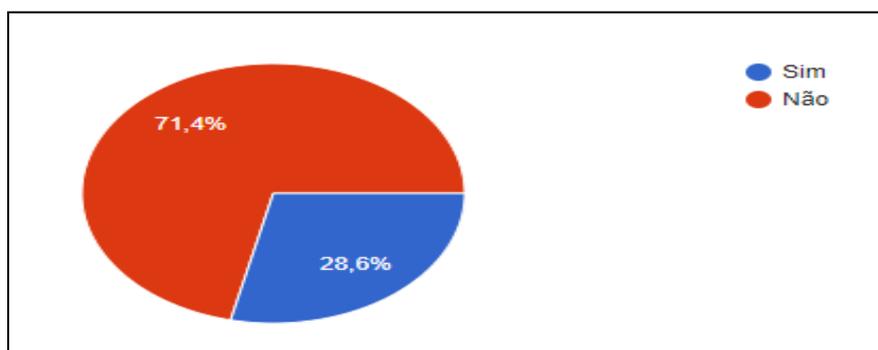
Gráfico 16 - Situação das Empresas durante a Pandemia



Fonte: Autores, (2023).

Das 21 empresas entrevistadas, 11 que representam 52,4%, constataram que durante o período pandêmico, o seu estabelecimento encontrou-se em uma situação financeira razoável. Já 33,3%, que correspondem a 7 empresas, relataram que a situação financeira do seu negócio decaiu. E 14,3% sendo 3 empresas, relataram crescimento financeiro durante a pandemia do covid-19.

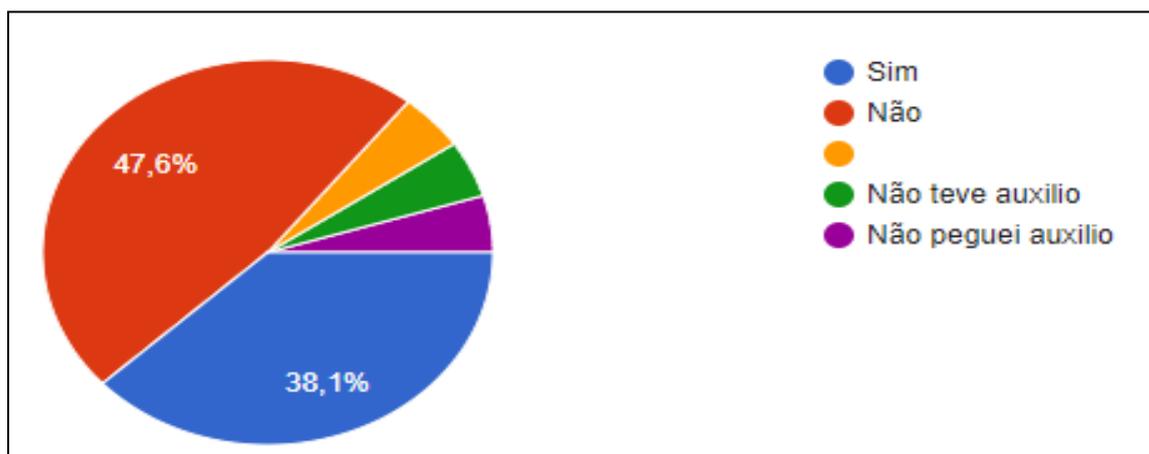
Gráfico 17 - Opção por Empréstimos



Fonte: Autores, (2023).

Dados de 71,4%, que correspondem a 15 empresas, demonstram que a maioria dos estabelecimentos não precisaram optar por empréstimos para manter o funcionamento das suas empresas. E 28,6% sendo 6 empresas, relataram que foi preciso optar por empréstimo para garantir a sobrevivência da sua empresa.

Gráfico 18 - Diminuição dos Impactos com os Auxílios disponibilizados pelo Governo

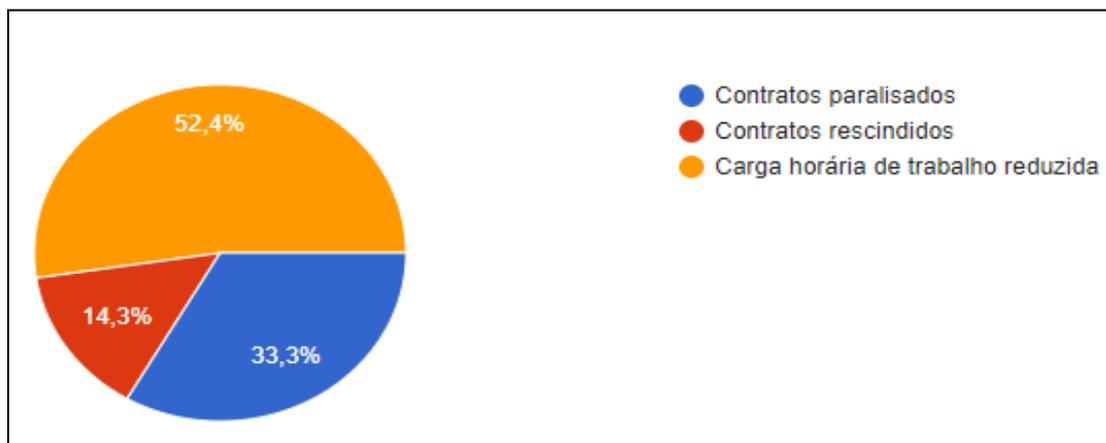


Fonte: Autores, (2023).

Em relação aos auxílios disponibilizados pelo Governo, 47,6% que correspondem a 10 empresas, relataram que os auxílios não ajudaram a minimizar os impactos ocorridos pela pandemia do covid-19. Entretanto 38,1%, que representam 8 empresas, relataram que os

auxílios disponibilizados possibilitaram a diminuição dos impactos gerados pela pandemia do covid-19. Já 4,8% correspondendo a 1 empresa, informou que não houveram auxílios. Ainda 4,8% representando 1 empresa, informou não ter usufruído desses auxílios disponibilizados. Também 4,8% sendo 1 empresa, informou outros, mas não especificou.

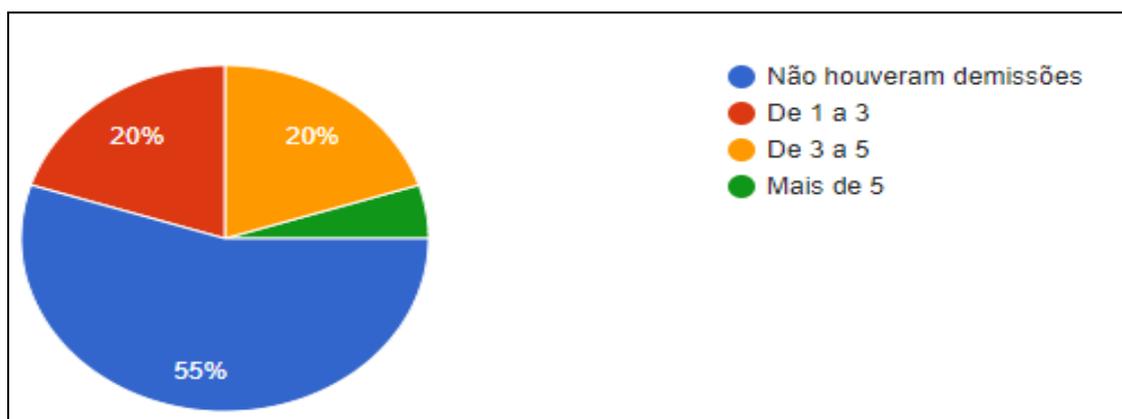
Gráfico 19 - Situação dos Colaboradores



Fonte: Autores, (2023).

Em relação aos funcionários das empresas, 52,4% que representam 11 empresas, informaram que a carga horária dos seus colaboradores sofreram redução. Já 33,3%, sendo 7 empresas, relataram que os contratos foram paralisados. E 14,3% que corresponde a 3 empresas, informaram que houveram demissões nas suas empresas.

Gráfico 20 - Quantidade de Demissões nas Empresas durante o período Pandêmico

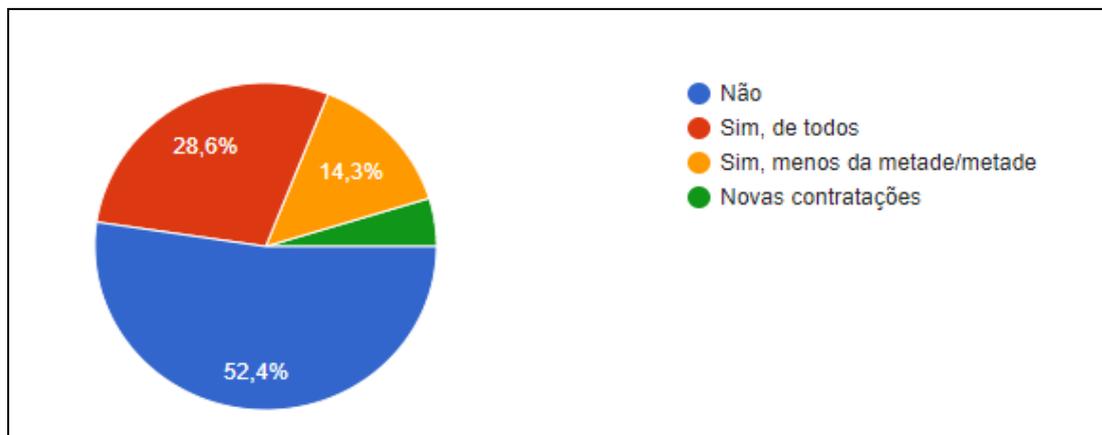


Fonte: Autores, (2023).

Por meio da pesquisa realizada observou-se que 55% que representam 11 empresas, relataram que no seu estabelecimento não houveram demissões. Já 20%, correspondendo a 4 empresas, informou ter ocorrido de 1 a 3 demissões. Também 20%, correspondendo a 4

empresas, informou que houveram de 3 a 5 demissões. E apenas 1 empresa (5%), relatou que houveram mais de 5 demissões.

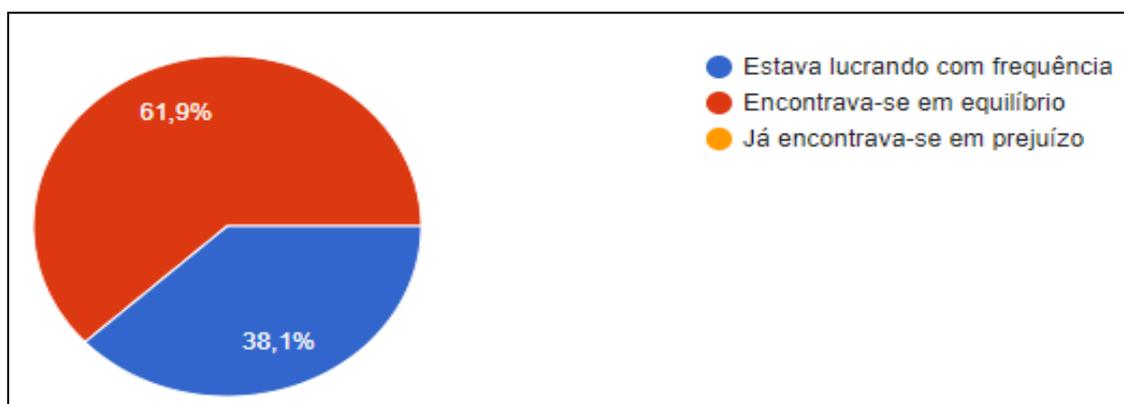
Gráfico 21 - Se houveram Recontratações após o período Pandêmico



Fonte: Autores, (2023).

Perguntadas sobre se houveram recontrações após o período pandêmico, 11 empresas relataram que não houveram recontrações, onde representam 52,4%. Já 28,6%, correspondendo a 6 empresas, informaram que houveram recontrações de todos. 14,3% que representam 3 empresas, informaram que realizaram recontrações de menos da metade, ou até mesmo a metade. E apenas 1 empresa (4,8%), relatou ter realizado novas contratações.

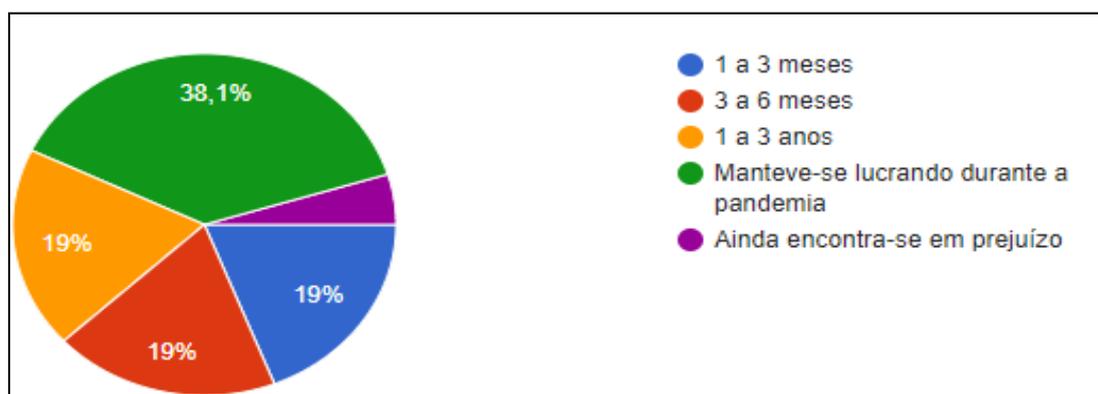
Gráfico 22 - Situação das Empresas antes da Pandemia



Fonte: Autores, (2023).

Diante das 21 empresas entrevistadas, 61,9% onde representam 13 empresas, relataram que o seu estabelecimento encontrava-se em equilíbrio antes da pandemia do covid-19. Já as 8 empresas que correspondem 38,1%, informaram que antes da pandemia do covid-19, a sua empresa já estava lucrando com frequência. Entretanto, na pesquisa realizada, não houveram empresas que já encontravam-se em prejuízo antes da pandemia do covid-19, onde representam 0%.

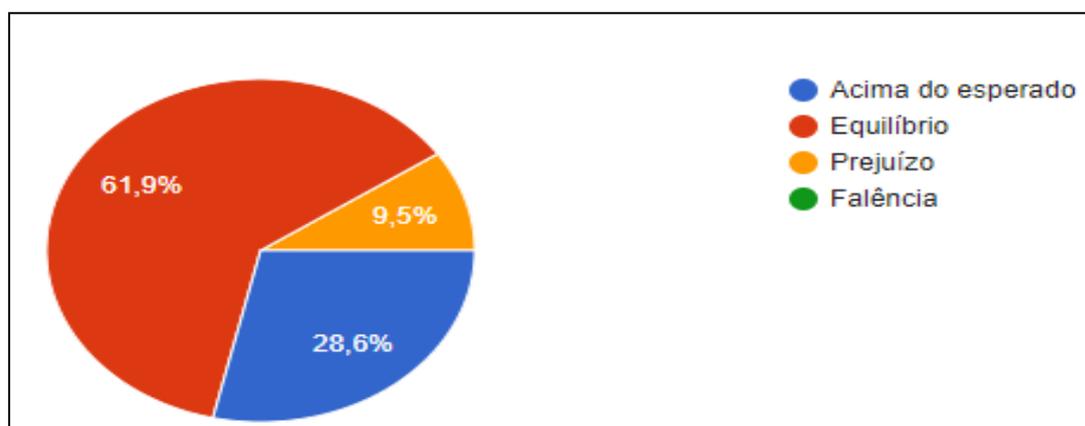
Gráfico 23 - Tempo de Recuperação Econômica pós Pandemia



Fonte: Autores, (2023).

De acordo com o gráfico acima, 38,1% que correspondem a 8 empresas, informaram que manteve-se lucrando durante a pandemia. Já 19%, onde representam 4 empresas, relataram que foi preciso de 1 a 3 meses para recuperação econômica da sua empresa. Ainda 19%, onde representam 4 empresas, informou que foi preciso de 3 a 6 meses para a sua empresa se recuperar. Também 19%, que representam 4 empresas, relatou que será necessário de 1 a 3 anos para a recuperação econômica do seu estabelecimento. E apenas 1 empresa (4,8%), informou que o seu estabelecimento ainda encontra-se em prejuízo.

Gráfico 24 - Como as Empresas encontram-se atualmente



Fonte: Autores, (2023).

Dos resultados obtidos, percebeu-se que 61,9% onde representam 13 empresas, relataram que o seu estabelecimento encontra-se atualmente em equilíbrio. 28,6% sendo 6 empresas, informaram que atualmente o seu estabelecimento situa-se acima do esperado. Já 9,5% correspondendo a 2 empresas, relataram que o seu estabelecimento atualmente encontra-se em prejuízo. Entretanto, não houveram empresas que relataram situação de falência, portanto, representam 0%.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo tem como objetivo demonstrar os impactos que a Covid-19 deixou nos bares e restaurantes de Salvador. Foi possível observar, por meio da pesquisa realizada pela equipe, que as empresas conseguiram se adaptar ao período de isolamento social da pandemia e se manterem abertas, mesmo que com dificuldades até o atual momento.

Evidenciou-se também que o E-commerce foi uma ferramenta fundamental para que esses comerciantes se mantivessem funcionando durante o período pandêmico e até o atual momento, mesmo com as atividades já retomadas presencialmente, visto que suas lojas físicas estavam fechadas e nem puderam abrir até meados de 2021 por ser um serviço não essencial e que, conseqüentemente, seu funcionamento gera aglomeração de pessoas. Essas plataformas de comércio digital foram a saída para muitos empresários se adaptarem e se reinventarem a situação pandêmica que foi imposta ao mundo inteiro.

O home office se tornou uma opção para muitas destas empresas, por meio das plataformas de comércio online os funcionários puderam trabalhar de dentro de suas residências alimentando somente aplicativos de delivery, como o Ifood, redes sociais e sites - para as que já tinham ou criaram.

Vale salientar que muitos destes bares e restaurantes ainda não estavam presentes no meio online antes do Covid-19 e, em um momento de necessidade e de incertezas como o início da pandemia, muitos tiveram dificuldades para atuar neste meio, o que conseqüente, contribuiu para a decaída de tais comércios.

Observou-se também que após o retorno das atividades comerciais presenciais e a recuperação econômica dos negócios, muitos dos funcionários que foram demitidos por conta da redução de quadro de pessoal como medida emergencial tomada pelos gestores das empresas foram contratados novamente.

Portanto, conclui-se que muitas empresas do ramo de bares e restaurantes em Salvador conseguiram se manter funcionando, mesmo com dificuldades financeiras, de pessoal, com condições sanitárias e de difíceis adaptações, grande maioria conseguiu se recuperar da

decaída do período pandêmico e algumas estão em rota de crescimento após período conturbado da pandemia do Covid-19.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, L. (2020). **Uberização e viração**: Mulheres Periféricas no Centro da Acumulação Capitalista. 31, 54-61: Revista Margem Esquerda.

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. **Mais da metade dos bares e restaurantes opera no prejuízo, diz pesquisa da Abrasel**. 2020. Disponível em: < https://abrase.com.br/noticias/noticias/mais-da-metade-dos-bares-e-restaurantes-opera-no-prejuizo-diz-pesquisa-da-abrase/?_ga=2.217925014.1842787207.1617552573-995132318.1617552573. > Acesso em 06 de abril de 2023.

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. **Mais de um terço dos bares e restaurantes ainda trabalhou no prejuízo em fevereiro**. 2022. Disponível em: < <https://abrase.com.br/noticias/noticias/faturamento-aumenta-mas-mais-de-um-terco-dos-bares-e-restaurantes-ainda-trabalhou-no-prejuizo-em-fevereiro-diz-pesquisa-da/>. > Acesso em: 05 de abril de 2023.

ABRASEL, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. **Perfil da abrase**, 2020b. Disponível em: < <https://abrase.com.br/abrase/perfil-da-abrase/>.> Acesso em: 14 de abril de 2023.

ABRASEL. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. **Os bares e restaurantes nos tempos de coronavírus**. Disponível em: < <https://abrase.com.br/revista/artigos-de-opinio/percival-maricato-os-bares-e-restaurantes-no-s-tempos-de-coronavirus/>. > Acesso em: 06 de abril de 2023.

ABRASEL. **Guia prático sobre como lidar com o problema em bares e restaurantes**. Brasília, DF: ABRASEL, 2020. Disponível em: < <https://drive.google.com/file/d/1gnSFdzF42fjpyKsoB6Ran7BLMiSgW4xo/view>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

AQUINO, J. V. S. de M., & LIMA FILHO, R. N. (2021). **Ferramentas Gerenciais para micro e pequenas empresas**: um estudo na cidade de Petrolina-PE. Revista Gestão em Análise, Fortaleza, 10 (1). Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v10i1.p76-88.2021>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES (ABRASEL). **Os desafios para a sobrevivência dos restaurantes brasileiros**. 2021. Disponível em: < https://pr.abrase.com.br/noticias/noticias/os-desafios-para-a-sobrevivencia-dos-restaurantes-brasileiros-em-2021/?_ga=2.96994655.178046581.1611689808-280557304.1596748658. > Acesso em: 07 de abril de 2023.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES – ANR. Revista ANR, **Especial Coronavírus**, Edição 547, 2020. Disponível em: < https://anrbrasil.org.br/wp-content/uploads/2020/04/news_547r.pdf. > Acesso em: 06 de abril de 2023.

AUGUSTO, C. A. (2017). **A vantagem competitiva das organizações**: um estudo da visão baseada em recursos. Cadernos de Ciências Sociais, Vitória da Conquista, 14 (24), 133-155. <https://doi.org/10.22481/cssa.v14i24.3228>.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Anvisa. Nota Técnica no 49 de 02 de junho de 2020. **Dispõe sobre orientações para os serviços de alimentação com atendimento direto ao cliente durante a pandemia de Covid-19**. Brasília, 2020d.

CABRAL, K. **Empresas ajudam pequenos negócios em meio a pandemia do coronavírus**. Disponível em: <
<https://cebds.org/empresas-ajudam-pequenos-negocios-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus>.
> Acesso em: 07 de abril de 2023.

CAMPOS, M.; & GOMES, A. (2020). **A moratória tributária no contexto da covid-19**. Revista Rtrib, São Paulo, 144 (28). Disponível em: <
<https://rtrib.abdt.org.br/index.php/rtp/article/view/259>. > Acesso em 14 de abril de 2023.

CENTURIÃO, D. A. S.; WELTER, C.; & ABRITA, M. (2020). **Desafios empresariais e sugestões de políticas frente a pandemia da COVID-19**. A Economia em Revista – AERE, Maringá, 28 (1), 54-65. Disponível em: <
<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EconRev/article/view/54808/751375151147>. >
Acesso em: 14 de abril de 2023.

CNC. **Turismo no Brasil aumenta faturamento em 2,2%, em 2019**. 2020. Disponível em: <
<http://www.cnc.org.br/editorias/turismo/noticias/turismo-no-brasil-aumenta-faturamento-em-22-em-20>.> Acesso em: 06 de abril de 2023.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS. **Recomendações do CFN boas práticas para a atuação do nutricionista e do técnico em nutrição e dietética durante a pandemia do novo coronavírus (Covid-19)**. 3a Ed. revisada e ampliada. Brasília, 2020.

DUARTE, J. **A digitalização do delivery**: principais desafios do aumento da demanda para contornar o isolamento. 2020. Disponível em: <
<https://blog.vivomeunegocio.com.br/bares-e-restaurantes/gerenciar/delivery-de-comida/>. >
Acesso em: 07 de abril de 2023.

FERREIRA, A.; SILVA, P.; & RODRIGUES, R. (2020). **Como as empresas estão se ajustando aos impactos causados pela COVID-19?** Um estudo em MPE's situadas em shoppings centers da Feira de Santana. In: Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade, 10, São Paulo. Anais[...]. São Paulo: USP. Disponível em: <
<https://congressousp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/ArtigosDownload/2805.pdf>. >
Acesso em: 14 de abril de 2023.

FGV. **Impacto econômico do COVID-19 propostas para o turismo brasileiro**. 2020. Disponível em: <
https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.COVID19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf.> Acesso em: 06 de abril de 2023.

FINKLER, R.; ANTONIAZZI, N.; DE CONTO, S. M. **Os impactos da pandemia de COVID-19**: uma análise sobre a situação dos restaurantes. Revista Turismo & Cidades, v. 2, p. 88-103, 2020.

FREITAS, R.S.G.; STEDEFELDT, E. **COVID-19 pandemic underlines the need to build resilience in commercial restaurants' food safety**. Food Research International, v.136, 2020.

GALUNION – Consultoria para Foodservice. **Otimize processos em busca de resultados**. 19p. 2020.

GARCIA, R. M.; & BEZERRA, D. O. (2020). **A importância da contabilidade gerencial para pequenas e médias empresas em meio a pandemia da COVID-19**. Revista Campo do Saber, Cabedelo, v. 6 (2), 96-111. Disponível em: <<https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/issue/view/24>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

GUIMARÃES JR, D. S.; NASCIMENTO, A. M.; RODRIGUES, G. P. de A.; SANTOS, L. O. C. **Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios**. Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada, v. 5, n. 4, p. 1-10, 2020.

HAFIZ, H.; OIE, S.; RING, D. M.; SHNTSER, N. **Regulating in pandemic: evaluating economic and financial policy responses to the coronavirus crisis**. Boston College Law School Legal Studies, 527-748, 2020.

HARZHEIM, E. et al. **Federal actions to support and strengthen local efforts to combat COVID-19: Primary Health Care (PHC) in the driver's seat**. Ciência e Saúde Coletiva, v. 25, n. 6, p. 2. 493-2. 497, 2020.

IBRE. **O maior desafio mundial desde a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: FGV, 2020. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/28947/BoletimMacroIbre_2003%20_1_.pdf?sequence=1&isAllowed=y. > Acesso em: 06 de abril de 2023.

KOZLOWSKI, N. C. **Metodologia para elaboração de planos de contingência para o transporte público durante megaeventos**. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestrado em Engenharia de Transportes. 2017.

MÁXIMO, W. (2020). **Brasil registra retração de 331,9 mil postos de trabalho em maio**. Agência Brasil. EBC: Brasília, 29 de junho de 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-06/brasil-registra-retracao-de-3319-mil-postos-de-trabalho-em-maio>.> Acesso em: 06 de abril de 2023.

MÉDICI, D. **Cidades isoladas, comércio fechado, presos liberados: veja medidas contra o coronavírus adotadas por outros países**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/12/veja-quais-medidas-foram-adotadas-pelos-paises-mais-afetados-pelo-coronavirus-para-combater-a-pandemia.ghtml>. > Acesso em: 18 de abril de 2023.

MORAES, R. F. **COVID-19 e medidas legais de distanciamento social: isolamento social, descentralização e análise do período de 11 a 24 de maio de 2020**. (Boletim 4). Ipea, 2020. 26p.

MORETTE, Fernando. **Empresas se adaptam para contratar na pandemia**. 2020.

OLIVEIRA, M. T. C.; ABRANCHES, M. V.; LANA, R. M. **(In)Segurança alimentar no contexto da pandemia por SARS-CoV-2**. Cadernos de Saúde Pública, v. 36, n. 4, p. 1-6, 2020. DOI: 10.1590/0102-311x00055220. Disponível em: <
https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X2020000400501&script=sci_arttext. > Acesso em: 07 de abril de 2023.

OLIVEIRA, T. C.; ABRANCHES, M. V.; COELHO, T. M. C. **A conta não fecha**: impactos da pandemia por SARS-CoV-2 sobre o setor de Alimentação Coletiva. Higiene Alimentar, v. 34, n. 290, p. 113-117, 2020.

PEREIRA, A. H. O.; PEREIRA, J. G. V. B.; VECHIO, G. H. D. **O Novo Coronavírus E As Transformações Nos Negócios**: análise de mudanças em empresas do setor alimentício de Araraquara/SP. Revista Interface Tecnológica, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 424-436, 2020. DOI: 10.31510/inf.v17i2.909. Disponível em: <
<https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/909>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE – PBH. Portaria SMSA/SUS BH no. 328/2020. **Dispõe sobre protocolos específicos de vigilância em saúde para os restaurantes, lanchonetes, cantinas, sorveterias, bares e similares autorizados a funcionar nos termos do Decreto nº 17.361, de 22 de maio de 2020**.

REEVES, M.; LANG, N.; CARLSSON-SZLEZAK, P. 2020. **Lead Your Business Through the Coronavirus Crisis**. Disponível em: <
<https://hbr.org/2020/02/lead-your-business-through-the-coronavirus-crisis>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

ROCHA, B. S. da. **Home office**: O ponto de equilíbrio entre a qualidade de vida e a produtividade. 2014. 28f.

RODRIGUES, K. F.; CARPES, M. M.; RAFFAGNATO, C. G. **Preparação e resposta a desastres do Brasil na pandemia da COVID-19**. Revista de Administração Pública, v. 54, n. 4, p. 614-634, 2020.

SANGLARD, G. R. L. **Impacto da COVID-19 no serviço de entrega em domicílio (delivery) na região de Manhuaçu (MG)**. Disponível em: <
<http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/repositoriottcc/article/view/2502>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O setor de alimentação fora do lar conectado com o futuro**. 2019. Disponível em: <
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigoshome/o-setor-de-alimentacao-fora-do-lar-conectado-com-o-futuro,cfeda9710ca8c610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. > Acesso em 06 de abril de 2023.

SEBRAE. **Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios**. edição 3. 2020.

SEBRAE. **Segurança dos alimentos**: dicas de cuidados para o delivery em meio à COVID-19. 2020. Disponível em: <
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ed6f4e148e620b04690ebb81c133c7d9/\\$File/19424.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ed6f4e148e620b04690ebb81c133c7d9/$File/19424.pdf). > Acesso em: 07 de abril de 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Como organizar um serviço de delivery eficiente.** 2020b.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE – Mato Grosso. **Dicas de Gestão em tempos de Crise.** E-Books SEBRAE. 2020a.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE – **Orientações para a retomada segura das atividades.** Ebook. 2020c.

SINDRIO: SINDICATOS DOS BARES E RESTAURANTES. **Qual é o grande desafio dos bares e restaurantes durante e após a covid-19.** 18 mai; 2021. Rio de Janeiro. Disponível em: <

<https://www.sindrio.com.br/2020/05/artigo-qual-e-o-grande-desafio-dos-bares-e-restaurantes-durante-e-apos-a-covid-19/>. > Acesso em: 14 de abril de 2023.

SOUSA, H. M. S.; IBIAPINA, A.; LIMA, A. R.; MARTINS, G.A. de S. **Segurança dos alimentos no contexto da pandemia por Sars-Cov-2.** Revista Desafios, v. 7, Supl. COVID-19, p. 23-33, 2020.

TACHIZAWA, T.; MELLO, A. **Estratégias empresariais e o teletrabalho:** um enfoque na realidade brasileira. Rio de Janeiro: Pontal. 2003.

TOBLER, Rodolpho; BITTERN COURT, Viviane Seda. Blog do Ibre: **Os impactos do Coronavírus nas empresas e nos consumidores.** 2020.

TODOR, D. **Blending traditional and digital marketing.** Bulletin of the Transilvania University of Brasov, 2016.