

O Impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria através da perspetiva dos Colaboradores

Bárbara Silva Gomes

Dissertação de Mestrado em Turismo e Hospitalidade

Orientação: Professor Doutor Jorge Humberto Soares Marques

abril, 2021



UNIVERSIDADE PORTUGALENSE

Bárbara Silva Gomes

**O Impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na
Hotelaria através da perspetiva dos Colaboradores**

Dissertação apresentada na Universidade Portucalense Infante D. Henrique para obtenção do grau de Mestre em Turismo e Hospitalidade, sob a orientação do Professor Doutor Jorge Humberto Soares Marques.

Departamento de
Turismo, Património e Cultura
abril, 2021



UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

“There is no limit to what we, as women, can accomplish (...).”

– Michelle Obama

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Professor Doutor Jorge Humberto Soares Marques, que já tinha sido também meu professor desde os tempos de licenciatura, foi também, meu professor durante o mestrado, e por fim, tive o privilégio que fosse meu orientador de dissertação. Agradeço toda a paciência, motivação e profissionalismo com que sempre esteve presente no desenvolvimento da mesma. Não esquecerei o seu apoio e serenidade com que sempre lidou com todos os obstáculos durante todo o percurso.

A todas as pessoas da Universidade Portucalense, incluindo docentes e funcionários, agradeço por terem estado sempre disponíveis para tudo o que fosse preciso durante o meu percurso académico, desde ao mais pequeno detalhe, e sempre com um sorriso. Foi uma honra crescer nesta casa.

Agradeço com especial atenção ao meu querido Pai, Paulo J. Gomes, que foi incansável durante esta fase da minha vida. Obrigada por todos os dias teres insistido para eu terminar a tese, por me motivares e acreditares que sou capaz, mesmo quando eu começava a duvidar de mim. Lembro-me de uma das frases, entre outras, que sempre me disseste desde tenra idade: “*Ser pai, é ser o corrimão na escadaria da vida*”, e por isso agradeço-te do fundo do meu coração, tudo o que sempre fizeste por mim e ainda fazes.

A toda a minha família, quer paterna, quer materna por todo o carinho ao longo do tempo, cada pessoa contribuiu de uma forma ou de outra para que este feito fosse possível, e agradeço. Sou uma sortuda por ter uma família tão grande e diversa.

Ao meu amor, Tiago Norberto F. Gonçalves, obrigada por acreditares sempre em mim, por me incentivares, me apoiares, amares e acompanhares desde 2014 na maior viagem que fomos criando juntos, que é a nossa história. Mas em particular, obrigada por me apoiares em tudo aquilo que faço.

Às minhas amigas mais próximas, que tive a sorte de conhecer na Universidade Portucalense, Francisca Cernache e Joana Vieira, obrigada por toda a compreensão durante todas as vezes que tive de dizer que não a um café com vocês, por estar a fazer esta dissertação e compreenderem sempre.

Agradeço a participação de todos os colaboradores de Hotelaria em Portugal, aos que não conheço pessoalmente, obrigada pela colaboração no inquérito. Aos que foram meus colegas de trabalho e que se tornaram amigos/as, obrigada pela ajuda e pela boa disposição durante o trabalho!

Por fim, agradeço a mim mesma por nunca ter desistido dos meus objetivos.

RESUMO

Esta dissertação tem como propósito analisar o impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria, através da perspectiva dos colaboradores, possibilitando identificar estratégias que possam contribuir para lidar melhor com situações de crise no futuro. Foram estruturados três objetivos de investigação, nomeadamente analisar o perfil dos colaboradores da hotelaria em Portugal, perceber de que forma a COVID-19 influenciou a atividade hoteleira e identificar as principais medidas implementadas de combate aos efeitos do Coronavírus na hotelaria.

O trabalho de investigação implicou o estudo de várias referências bibliográficas sobre Turismo e Hotelaria, com foco no impacto económico e social face à pandemia em Portugal, de modo a elaborar o contexto teórico do estudo. De seguida, foi elaborado e aplicado um inquérito online, aos colaboradores da Hotelaria em Portugal, entre 24 de abril e 15 de maio de 2020, incluindo o período de renovação pela segunda vez do estado de emergência em Portugal. Foram recolhidos 258 questionários válidos e a partir da análise dos resultados foi possível concluir, entre outros aspetos, que os estabelecimentos hoteleiros poderiam ter respondido de forma mais rápida e eficaz à COVID-19 e deviam preparar-se melhor para futuras crises, de acordo com a perspectiva dos seus colaboradores. No entanto, devido à experiência da COVID-19, o setor da Hotelaria ficou mais bem preparado para lidar com situações de crise no futuro.

Palavras-Chave: Turismo; Hotelaria; Colaboradores; Impactos; COVID-19.

ABSTRACT

This dissertation aims to analyze the impact of the new Coronavirus (COVID-19) in the Hotel Industry, through the perspective of employees, making it possible to identify strategies that can contribute to better deal with crisis situations in the future. Three research objectives were structured, namely, to analyze the profile of hotel employees in Portugal, to understand how COVID-19 has influenced hotel activity and to identify the main measures implemented to combat the effects of the Coronavirus infection in hotels.

The research work involved the study of several bibliographical references on Tourism and Hospitality, focusing on the economic and social impacts that are being faced through the pandemic in Portugal, to elaborate the theoretical context of the study. Then, an online survey was prepared and applied to hotel employees in Portugal, between April 24th and May 15th, 2020, including the period of renewal for the second time of the state of emergency in Portugal. Were collected 258 valid questionnaires and from the analysis of the results it was possible to conclude, among other aspects, that hotel establishments could have responded more quickly and effectively to the COVID-19 and should prepare better for future crises, according to the perspective of its employees. However, due to the experience of COVID-19, the Hospitality sector was better prepared to deal with crisis situations in the future.

Key words: Tourism; Hospitality; Employees; Impacts; COVID-19.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUÇÃO | 13 |
| CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA..... | 15 |
| 1.1 - Conceitos e definições de Turismo..... | 15 |
| 1.2 - A abordagem sistémica do Turismo | 18 |
| 1.3 - O Alojamento Turístico como elemento fulcral do Turismo | 20 |
| 1.4 - Contexto e tendências da Hotelaria em Portugal e no mundo | 21 |
| 1.5 - Os Recursos Humanos em Hotelaria | 28 |
| CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO DO TURISMO NO CONTEXTO DA COVID-19 | 31 |
| 2.1 - O surgimento do Novo Coronavírus e o seu contexto atual | 31 |
| 2.2 - O impacto do Novo Coronavírus no Turismo..... | 35 |
| 2.3 - Contexto da pandemia em Portugal e a resposta do setor do Turismo..... | 41 |
| CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO..... | 46 |
| 3.1 - Construção do procedimento científico..... | 46 |
| 3.2 - Escolha do método e técnica de investigação | 47 |
| 3.3 - Enquadramento e justificação do tema..... | 48 |
| 3.5 - Caracterização da amostra e técnica de recolha de dados | 51 |
| CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS..... | 52 |
| 4.1 - Análise do perfil dos colaboradores da Hotelaria em Portugal..... | 52 |
| 4.2 - Influência do Coronavírus como nova realidade na atividade hoteleira | 60 |
| 4.3 - Principais medidas implementadas na Hotelaria devido à COVID-19..... | 68 |
| CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E PROPOSTAS FUTURAS | 71 |
| 5.1 - Conclusões | 71 |
| 5.2 - Limitações..... | 74 |
| 5.3 - Perspetivas Futuras de Investigação..... | 75 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 77 |
| WEBGRAFIA..... | 82 |
| LEGISLAÇÃO | 86 |
| ANEXOS | 87 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AL – Alojamento Local
- AVAC – Aquecimento, ventilação e ar condicionado
- CGTS – Critérios Globais do Turismo Sustentável
- CO₂ – Dióxido de Carbono
- COVID-19 – *Coronavirus Disease 2019*
- DRE – Diário da República Eletrónico
- DGS – Direção-Geral da Saúde
- EMDEs – *Emerging Market and Developing Economies*
- EU – União Europeia
- EUROSTAT – Gabinete de Estatísticas da União Europeia
- F&B – *Food and Beverage*
- GDP – *Gross Domestic Product*
- GRH – Gestão de Recursos Humanos
- G20 – Grupo dos 20 países mais desenvolvidos
- HSK – *Housekeeping*
- INE – Instituto Nacional de Estatística
- MA – *Moving Average*
- OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
- ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- OECD – *Organization for Economic Co-operation and Development*
- OMS – Organização Mundial de Saúde
- OMT – Organização Mundial de Turismo criada em 1975
- ONU – Organização das Nações Unidas
- PIB – Produto Interno Bruto
- RHS – *Stringency: Medidas Implementadas nas Economias Avançadas*
- RH – Recursos Humanos
- RJET – Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos
- RMMG – Retribuição Mínima Mensal Garantida
- SARS-CoV – Coronavírus
- SARS-CoV-2 – Novo Coronavírus
- TAAN – Testes Moleculares de Amplificação de Ácidos Nucleicos
- TRAg – Testes Rápidos de Antígeno
- UE – União Europeia
- UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo

UNWTO – *The World Tourism Organization*

WHO – *World Health Organization*

WTTC – *World Travel and Tourism Council*

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Sistema Turístico de Leiper | 19 |
| Figura 2 – Atividades relacionadas com o turismo (clusters) | 20 |
| Figura 3 – Modelo de Sistema de Gestão de Pessoas | 30 |
| Figura 4 – Informação, relativa à tipologia de vacinas alocadas a Portugal..... | 33 |
| Figura 5 – Medidas recomendadas de prevenção da COVID-19 para empresas | 34 |
| Figura 6 – Tendência atual de propagação da doença COVID-19 nas economias avançadas..... | 36 |
| Figura 7 – Crescimento Económico Global nas economias avançadas e EMDEs..... | 36 |
| Figura 8 – Casos Confirmados Acumulados de acordo com as medidas de mitigação | 37 |
| Figura 9 – Peso do Turismo no PIB em 2019 | 38 |
| Figura 10 – Relação entre casos diários de COVID-19 e número de voos diários..... | 39 |
| Figura 11 – Evolução das chegadas internacionais globais, por mês..... | 39 |
| Figura 12 – Chegada de turistas internacionais: Futuros cenários | 40 |
| Figura 13 – Selo “ <i>Clean & Safe</i> ”..... | 43 |
| Figura 14 – Programa de incentivo “Visita Portugal”..... | 44 |

ÍNDICE DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 – Estabelecimentos Turísticos em Portugal | 23 |
| Tabela 2 – Local de residência dos inquiridos, por NUTS II | 52 |
| Tabela 3 – Local de residência dos inquiridos, por NUTS III Norte | 53 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 – Nº de Hotéis no Porto e em Lisboa em 2009 e 2019..... | 22 |
| Gráfico 2 – Género dos inquiridos | 53 |
| Gráfico 3 – Idade dos Inquiridos..... | 54 |
| Gráfico 4 – Escolaridade/Formação dos inquiridos..... | 55 |
| Gráfico 5 – Inquiridos com formação específica em hotelaria..... | 55 |
| Gráfico 6 – Local de trabalho, por classificação de estabelecimento hoteleiro | 56 |
| Gráfico 7 – Local de trabalho, por departamento..... | 57 |
| Gráfico 8 – Categoria profissional dos inquiridos..... | 58 |
| Gráfico 9 – Tipo de contrato de trabalho | 59 |
| Gráfico 10 – Rendimento médio mensal..... | 59 |
| Gráfico 11 – Impactos da COVID-19 no contexto de trabalho | 60 |
| Gráfico 12 – Capacidade dos estabelecimentos hoteleiros em lidar com situações de crise | 62 |
| Gráfico 13 – Necessidade dos estabelecimentos hoteleiros se prepararem melhor ... | 62 |
| Gráfico 14 – Acolhimento de doentes COVID-19 nos estabelecimentos hoteleiros | 63 |
| Gráfico 15 – Acolhimento de profissionais de saúde nos estabelecimentos hoteleiros | 64 |
| Gráfico 16 – Utilização dos estabelecimentos hoteleiros como hospitais de campanha | 65 |
| Gráfico 17 – Importância da formação específica em gestão de crises | 65 |
| Gráfico 18 – Perspetivas sobre a possibilidade de mudar de profissão devido à COVID-19 | 66 |
| Gráfico 19 – Maior dificuldade na progressão de carreira em tempo de pandemia | 67 |
| Gráfico 20 – Maior dificuldade em conseguir um novo emprego na hotelaria durante a pandemia | 67 |
| Gráfico 21 – Perspetivas sobre a recuperação do setor após a crise | 68 |
| Gráfico 22 – Principais medidas de combate à pandemia | 69 |
| Gráfico 23 – Disponibilização permanente de equipamentos de proteção individual .. | 70 |
| Gráfico 24 – Formação de trabalho para gerir crises..... | 70 |

INTRODUÇÃO

O setor do Turismo é a maior atividade económica exportadora do país, sendo em 2019, responsável por 52,3% das exportações de serviços e por 19,7% das exportações totais. As receitas turísticas registaram um contributo de 8,7% para o PIB nacional, assim como um aumento de emprego no turismo, com um peso de 6,9% na economia nacional. Também em 2019, verificou-se um ritmo de crescimento das receitas turísticas (+8,1%) e dos proveitos globais (+7,3%), mais acelerados que o aumento de dormidas (+4,1%). (Turismo de Portugal, 2019; INE, 2019; Banco de Portugal, 2019). Verificaram-se crescimentos expressivos do mercado americano (+21,4% hóspedes) e brasileiro (+15,2% hóspedes), mas também de crescimento mais acelerado do mercado interno (+7,5 % hóspedes nacionais) em relação ao mercado externo (+7,1% hóspedes estrangeiros), para além do setor do turismo ter tido reconhecimento internacional com a atribuição de diversos prémios. Estes indicadores revelam a capacidade que o turismo tem de gerar receitas e emprego (Turismo de Portugal, 2020; INE, 2019; Banco de Portugal, 2019).

Tendo sido verificada a importância do turismo em Portugal através dos números acima mencionados de 2019, estima-se que com a chegada da pandemia, exista uma quebra significativa no setor e no país com uma redução de 25% na atividade turística, quer de turismo de visitantes não residentes como no turismo interno, levando à redução de 2,9% do PIB anual em Portugal, estimado pelo INE, indicando que o “resultado tem subjacente as hipóteses do sistema de matrizes, que basicamente procuram recriar uma representação simplificada das dinâmicas intersectoriais da economia observadas em 2017” (INE, 2020; Publituris, 2020).

Devido à situação de crise, decorreu a oportunidade de analisar o impacto da Covid-19 na Hotelaria em Portugal e estudar os seus impactos, através da perspectiva dos colaboradores, sendo o público-alvo mais próximo de avaliar os procedimentos e medidas tomadas pelas empresas onde trabalham ou trabalhavam.

Procedeu-se à investigação quantitativa, mais concretamente através da aplicação de um questionário online (Anexo 1), criado no *Google Forms* com a finalidade de ser publicitado online para mais fácil partilha devido à pandemia, tendo sido recolhidos 258 questionários devidamente preenchidos. Os dados recolhidos foram organizados em *Excel* e apresentados em tabelas e gráficos, possíveis de visualizar ao longo do documento. Após a sua análise, foi possível identificar o perfil do colaborador no setor de hotelaria em Portugal, atualizado à data do inquérito, e qual a opinião dos colaboradores em relação à forma como os estabelecimentos

hoteleiros responderam à situação de crise atual e se estarão mais bem preparados para futuras crises.

Esta dissertação está dividida em cinco capítulos sendo o 1º capítulo, a revisão da literatura que inclui os conceitos e definições de turismo, o contexto da hotelaria em Portugal e os recursos humanos em hotelaria.

O 2º capítulo é referente ao enquadramento da COVID-19 que engloba uma breve contextualização do Coronavírus (COVID-19), consequências da pandemia no contexto global e na Europa, e ainda as consequências da pandemia no turismo e hotelaria em Portugal.

De seguida, o 3º capítulo é a apresentação da metodologia de investigação onde inicia com a apresentação do procedimento científico, escolha do método e técnica de investigação, enquadramento e justificação do tema, problemática e objetivos da investigação e, por último, a caracterização da amostra e técnica de recolha de dados.

No 4º capítulo é feita a apresentação e análise dos resultados do inquérito, constituída pela análise do perfil dos colaboradores da hotelaria em Portugal, influência do coronavírus como nova realidade na atividade hoteleira e as principais medidas implementadas na hotelaria devido à COVID-19.

Por último, no 5º capítulo são apresentadas as conclusões, limitações e propostas futuras e, no final do documento, estão disponíveis as referências bibliográficas e anexos.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA

1.1 - Conceitos e definições de Turismo

O turismo resulta, fundamentalmente do lazer. Segundo a definição de Dumazedier, o lazer é a atividade à qual as pessoas se entregam de uma maneira livre, longe das suas necessidades e obrigações profissionais, familiares ou sociais, para relaxarem, se divertirem, expandirem os seus conhecimentos, interagirem socialmente de forma espontânea, fazerem exercício livremente e amplificar a sua capacidade criativa (Dumazedier, 1988). No entanto, muitas das viagens que integram o conceito de turismo realizam-se no exercício de uma atividade profissional ou de uma ocupação intelectual, não implicando necessariamente o lazer. Porém, tempo “livre” não significa que as pessoas não procurem fazer atividades durante esse tempo, sendo até o tempo de lazer, tempo ocupado e de recreação. O conjunto de atividades exercidas pelas pessoas durante o seu tempo livre são consideradas tempo de recreio e o que distingue o turismo do recreio, é realmente a deslocação de uma pessoa para fora da sua residência e até permanência nos locais visitados por períodos que podem variar consoante a motivação e não ultrapassando 365 dias (Cunha & Abrantes, 2019).

A necessidade de uma expressão para designar o indivíduo que se desloca só se verificou quando o Homem se tornou sedentário e quando as deslocações das pessoas, por motivos de prazer, cultura ou repouso, atingiram a regularidade dando origem a atividades económicas. Nesse momento, passou a haver a necessidade de as designar através de uma expressão própria passando a chamar-se hóspede (*hospite*, em latim), viandante, viajante, viajor ou forasteiro (Cunha & Abrantes, 2019). É desconhecido o momento exato do aparecimento da palavra, mas é, geralmente, aceite que tem origem nas viagens que os ingleses tinham por hábito de realizar no continente europeu para complemento da sua educação, sobretudo a partir de finais do século XVII, durante as quais realizavam a famosa *Grand Tour* (Boyer, 2000). Aqueles que participavam nestas viagens passaram a ser conhecidos por “turistas” (*tourists*), e a atividade a que deram origem passou a designar-se “turismo” (*tourism*). Alguns autores identificaram o ano de 1760 (Fuster, 1967) como aquele em que a palavra *tour* aparece documentalmente, mas é a partir da publicação, em 1838, das *Mémoires d'un Touriste*, de Stendhal, que se generaliza a expressão turista (*touriste*) (Cunha & Abrantes, 2019).

Já em Portugal, Eça de Queiroz utiliza a palavra *touriste* no seu romance “Os Maias”, editado em 1888, na forma francesa, porque a palavra ainda não tinha sido transposta para a língua portuguesa, o que só se verificou a partir do século XX (Cunha & Abrantes, 2019).

Inicialmente, a palavra turista era utilizada apenas para designar aqueles que viajavam por puro prazer, quer pelo desejo de conhecer a maneira de viver de outros povos e tradições ou para aumentar os seus conhecimentos descobrindo novas paisagens na natureza ou ao conhecer o carácter histórico de aldeias, vilas ou cidades que visitavam, excluindo todas as pessoas que se deslocavam por um motivo diferente, quer fosse ele profissional, de saúde ou até religioso. As viagens foram tornando-se cada vez mais fáceis e acessíveis a cada vez mais pessoas, alargando os motivos pelos quais as pessoas viajam. Na atualidade, torna-se impossível separar as pessoas que viajam por puro prazer daquelas que o fazem por outras razões. Todas as pessoas que se deslocam são viajantes, pelo que este termo designa toda a pessoa que viaja entre dois ou mais locais, qualquer que seja a razão, o modo ou o meio da sua deslocação (Cunha & Abrantes, 2019).

Em 1953, a Comissão de Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu o conceito de visitante internacional (UIOOT, 1973) e, mais tarde, a Conferência da ONU sobre Turismo e Viagens Internacionais, realizada em Roma, em 1963, adotou a introdução do termo “visitante” para designar toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele onde possui a sua residência habitual, por qualquer motivo que não seja a de exercer uma profissão remunerada (UIOOT, 1963).

De acordo com a mesma Conferência (UIOOT, 1963), esta definição passou a compreender dois grupos de visitantes, sendo considerados turistas, os visitantes que permanecem pelo menos 24 horas no país visitado e cujos motivos de viagem podem ser lazer, repouso, férias, saúde, negócios, família, entre outros. E sendo considerados excursionistas, os visitantes temporários que permanecem menos de 24 horas no país visitado (incluindo viajantes de cruzeiros).

Vinte anos depois, em 1983, a UIOOT reconheceu a necessidade de adaptar a definição de 1963, de forma a abranger na conceção de visitante as deslocações dos residentes de um país, no interior do próprio país (turismo doméstico), (OMT, 1999) e na Conferência Internacional sobre Viagens e Estatísticas de Turismo, realizada em 1991, em Otava, a Comissão de Estatísticas da ONU adotou, por recomendação da OMT, definições mais atualizadas, que passaram a ser aceites por todos os países e organizações internacionais a partir de 1993 (UNWTO, 1994).

A última definição adotada pela UNWTO (1994) definiu visitante como toda a pessoa que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual durante um

período inferior a 12 meses consecutivos, desde que o objetivo principal da visita não seja exercer uma atividade remunerada no local visitado.

A EUROSTAT (Organização Estatística da Comissão Europeia) que produz dados estatísticos para a União Europeia (EU), introduziu algumas alterações à definição de visitante, referindo que “Um visitante é um viajante que realiza uma visita a um destino principal fora do seu ambiente habitual, por menos de um ano, por qualquer propósito principal que não seja o de ser empregado de uma entidade residente no país ou local visitado” (EUROSTAT, 2014, para.2).

Tal como o conceito de turista, também o conceito de turismo sofreu alterações significativas ao longo dos tempos, tendo surgido, pela primeira vez, em 1910, com o austríaco Hermann von Schullern zu Schratzenhofen, contudo, foram os professores Walter Hunziker & Kurt Kraft os primeiros a estabelecer uma definição mais elaborada em 1942 e referida pelo autor Bernecker, considerando o turismo, como um aglomerado das relações e acontecimentos criados pela movimentação e permanência de pessoas para fora do seu local frequente de residência, desde que essas deslocações e permanências não sejam utilizadas para o desempenho de uma atividade lucrativa (Bernecker, 1965).

Na atualidade, é geralmente reconhecido que é possível encontrar dois tipos de definição do turismo, conforme os objetivos visados, podendo encarar o turismo sob um ponto de vista conceptual, e, neste caso, o objetivo passa por encontrar uma definição capaz de fornecer um instrumento teórico que permita identificar as características essenciais do turismo e distingui-lo das restantes atividades, ou por outro lado, sob um ponto de vista técnico, de forma a permitir obter informações para fins estatísticos e legislativos (Theobald, 1998). Do ponto de vista conceptual, apesar da validade da definição de Hunziker & Krapf, a mais esclarecedora é a definição apresentada por Mathieson & Wall considerando o turismo como o movimento temporário de indivíduos para destinos fora dos seus locais habituais de trabalho e de residência, onde desenvolvem práticas durante a sua permanência nesses destinos onde têm disponíveis “*facilities*” criadas para satisfazer as suas necessidades (Mathieson & Wall, 1982). Segundo esta definição, verifica-se que o turismo é uma atividade bastante ampla, que engloba para além das deslocações das pessoas, também todas as relações estabelecidas nos locais visitados e todos os serviços que responderam às suas necessidades, sendo um conceito que abrange tanto a oferta como a procura turística.

Numa acessão mais recente do turismo, Cunha & Abrantes (2019, p.14) referem que “o turismo é o conjunto de atividades lícitas desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades

criadas para satisfação das suas necessidades e os fenómenos e relações resultantes de umas e de outras.”

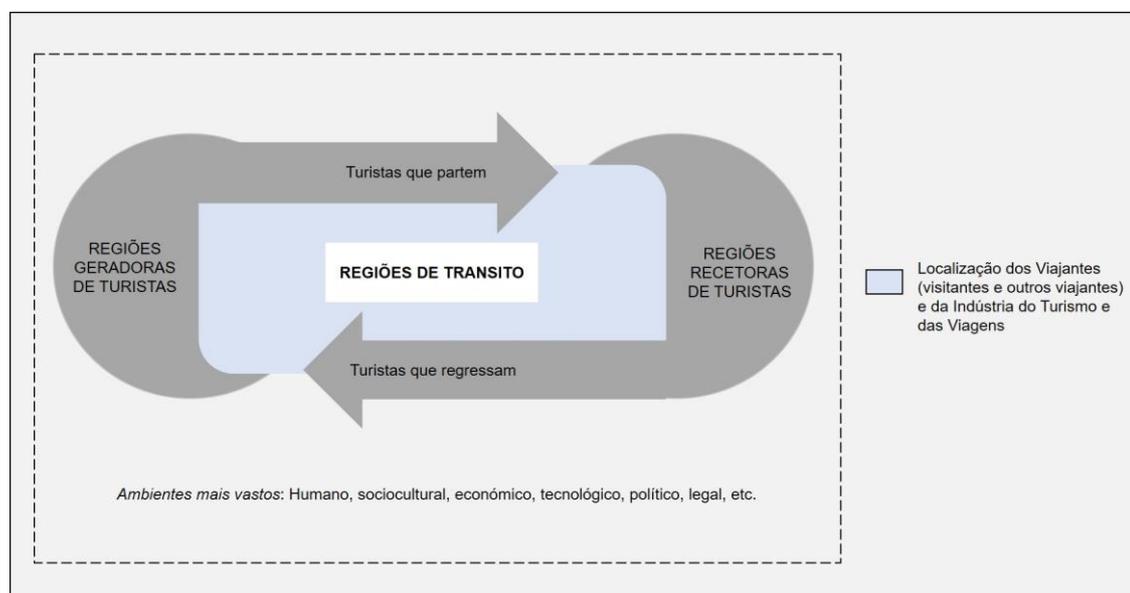
1.2 - A abordagem sistémica do Turismo

O turismo é um fenómeno que dá origem a um conjunto de relações quando acontece e de maneira a se compreender todas as suas componentes, é necessário obter uma visão sistémica do setor. Um sistema, é um conjunto de diversas estruturas (económicas, políticas, jurídicas, mentais, sociais) ligadas por relações relativamente estáveis (Marchal, 1955). O turismo como sistema, trata-se de um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes de carácter funcional e espacial, como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços turísticos (atividade turística). A emissão e a receção turísticas, são o resultado das relações entre os elementos que constituem os sistemas emissores e recetores que formam subsistemas do turismo, ou seja, “a relação turística é um sistema de sistemas” (Lainé, 1980, citado por Cunha & Abrantes, 2019, p.85).

A análise sistémica implica a identificação dos componentes do sistema turístico, dos laços que estabelecem entre todos os elementos que o formam, quando se age sobre um deles ou quando um deles sofre qualquer influência (negativa ou positiva) ou não acompanha o desenvolvimento dos restantes. Com base no estudo desenvolvido por Gross, em 1965 (citado por Sessa, 1984), pode-se referir que essencialmente o sistema turístico é um sistema, humano, espacial e temporal. É um sistema aberto, que recebe influências exteriores e está em estreita conexão com elas. É caracterizado por conflitos e cooperações internas-externas, composto por vários subsistemas e que, no seu fundamento, é um subsistema de um sistema mais vasto, com perda de controlo e de coordenação em vários dos seus elementos constitutivos (Cunha & Abrantes, 2019). Um sistema ou modelo bastante reconhecido na literatura científica no setor do turismo foi proposto por Leiper em 1979 (Figura 1). Este Sistema turístico é constituído por três elementos básicos, sendo o primeiro, os Viajantes (turistas) que neste sistema iniciam o seu percurso da viagem com propósitos turísticos. O segundo, são os Elementos Geográficos, que Leiper chama de Regiões Geradoras de Turistas, Regiões Recetoras de Turistas e Regiões de Trânsito. E por fim, o terceiro é a Indústria do Turismo, que Leiper inicialmente considerou como sendo referente a todas as empresas e organizações que existem para servir necessidades específicas ou desejos específicos dos visitantes (Leiper, 1979). Mas

como a ideia de uma única indústria do Turismo é contestável, substituiu-a posteriormente por Indústrias do Turismo (Leiper, 2008).

Figura 1 – Sistema Turístico de Leiper



Fonte: Adaptado de Leiper, 1979

Neste sistema, os Elementos Geográficos caracterizados por Regiões Geradoras de Turistas, são o núcleo emissor de turistas e consequentemente um emissor monetário para os destinos turísticos, enviando assim turistas e receitas para o núcleo recetor (Ex: Agências de Viagens, Operadores turísticos). Já as Regiões de Trânsito, correspondem ao intermediário entre a região de origem e o destino turístico, sendo impossível chegar às regiões geradoras de turistas ou às regiões recetoras de turistas sem passar pelas regiões de trânsito (Ex: meios de transporte aéreo, térreo). As Regiões Recetoras de Turistas, como o nome indica, atraem e recebem os turistas, sendo caracterizadas por terem a capacidade e as infraestruturas necessárias para corresponder às necessidades e aos desejos dos viajantes (Ex: alojamento, atrações turísticas).

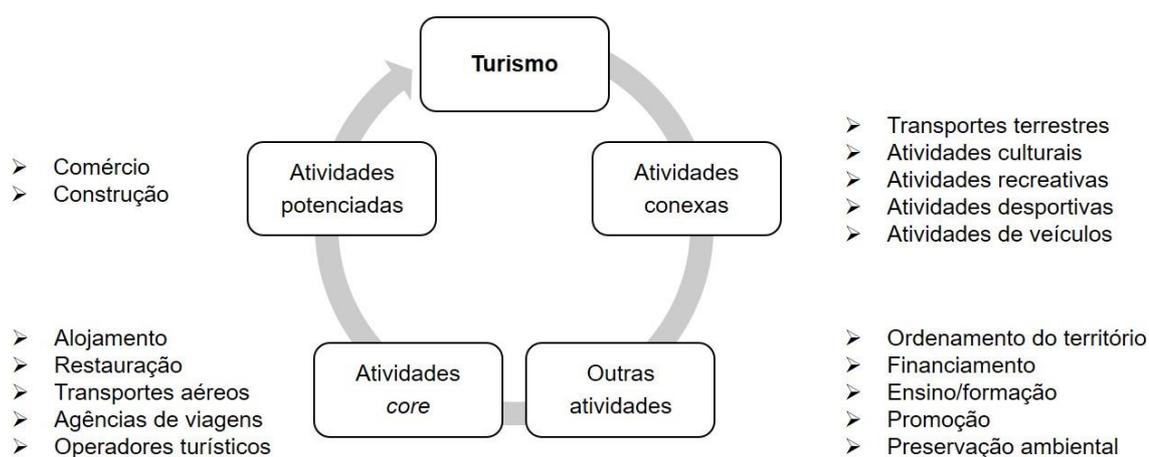
As indústrias turísticas são todo o conjunto, desde as Regiões Geradoras de Turistas até às Regiões Recetoras de Turistas, incluindo os setores primários, secundários e terciários ligados ao setor do turismo. Estes elementos, são envolvidos por ambientes mais vastos, tais como, o ambiente humano, sociocultural, económico, tecnológico, político, legal, entre outros, aos quais as suas dinâmicas influenciam e impactam os outros elementos do sistema turístico (Fletcher *et. al.*, 2018).

Após a análise do sistema turístico de Leiper compreende-se que é um modelo relativamente fácil de compreensão e que remete para a multidisciplinariedade que caracteriza o setor do turismo e o torna tão único. Assim como, a dependência que existe entre todos os núcleos neste modelo para atingir o sucesso, que só é possível quando todas as partes que o constituem cooperam de forma integrada.

1.3 - O Alojamento Turístico como elemento fulcral do Turismo

O turismo esteve desde sempre relacionado com a necessidade de alojamento turístico, sendo este um setor de atividade fundamental para o seu sucesso. O setor do alojamento é, de facto, uma atividade económica com um impacto significativo para a economia dos mercados turísticos, baseados na prestação de serviços. Neste contexto, a qualidade do alojamento turístico e o respetivo serviço assumem uma grande importância para a qualidade global da experiência turística. Na atualidade, o alojamento turístico assume uma relevância importante na criação de emprego direto e indireto, através de equipamentos, infraestruturas e serviços que têm necessariamente de ser devidamente estruturados e qualificados. Trata-se de um dos setores com maior relevância na estratégia de desenvolvimento de uma região ou de um país, conforme se pode constatar na Figura 2 onde o alojamento (entre outros) surge como atividade core do turismo (Abranja *et al.*, 2020).

Figura 2 – Atividades relacionadas com o turismo (clusters)



(Fonte: Abranja, Almeida, & Almeida 2020)

Na figura 2 é possível analisar como se estruturam as diversas atividades inerentes à atividade turística, por clusters. O alojamento está inserido nas atividades core, sendo as que correspondem às atividades que são significativamente influenciadas pelo consumo turístico.

De acordo com a legislação atualmente em vigor, o alojamento turístico em Portugal é constituído por empreendimentos turísticos que se destinam a prestar serviços de alojamento mediante remuneração e dependem de um conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares para estarem em funcionamento, cumprindo o RJET, republicado no Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho. Os empreendimentos turísticos estão divididos em várias tipologias, tais como: Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos Turísticos, Apartamentos Turísticos, Conjuntos Turísticos (*Resorts*), Empreendimentos de Turismo de Habitação, Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural, e Parques de Campismo e de Caravanismo. À parte dos empreendimentos turísticos, existem os Alojamentos Locais (AL), (como Moradias, *Hostels*, entre outros) onde dispõem do serviço de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração, mas não reúnem os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos. No setor da hotelaria tal como o nome indica, predominam os estabelecimentos hoteleiros, destinados a proporcionar serviços de alojamento e outros serviços de apoio, com ou sem parte de restauração e a sua lotação é diária. Podem ser denominados como Hotéis, Hotéis-apartamentos ou Pousadas, e podem ter diferentes classificações e preços bastante diversos aplicados à categoria e tipologia a que pertencem (Turismo de Portugal, 2020).

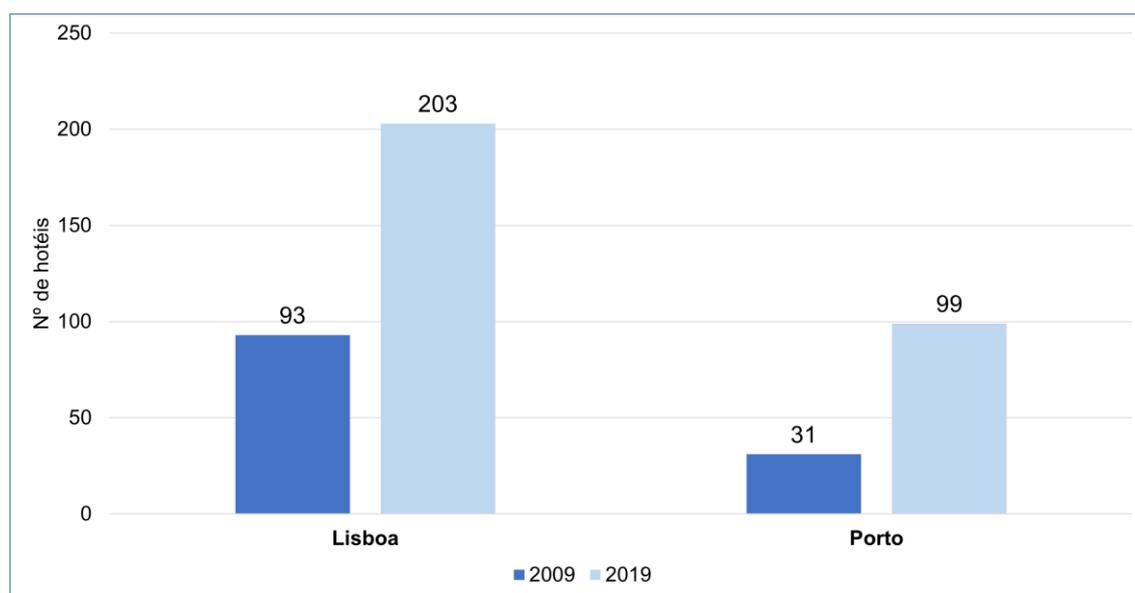
Deste modo, no presente trabalho optou-se por utilizar a designação de hotelaria, como um conceito que engloba os hotéis, apart-hotéis e pousadas, que foram os principais alvos no processo de recolha de questionários. A hotelaria engloba as tipologias que abrangem um maior número de serviços complementares e que têm, geralmente, maior qualidade de serviço associada.

1.4 - Contexto e tendências da Hotelaria em Portugal e no mundo

O contexto da hotelaria em Portugal, de acordo com a 14ª edição do Atlas da Hotelaria, publicado pela Deloitte, mostra-nos que as cidades de Lisboa e Porto eram até 2020 os locais mais atrativos para o investimento hoteleiro (Deloitte, 2019). De acordo com o Gráfico 1, é notório o crescimento acentuado nas principais cidades portuguesas de Lisboa e Porto entre 2009 e 2019, verificando-se um aumento

significativo no número de hotéis no espaço de 10 anos, confirmando-se o peso crescente e contínuo do setor da hotelaria nas cidades em questão, com um aumento claro das unidades hoteleiras como consequência da própria intensificação da procura turística das cidades de Lisboa e Porto.

Gráfico 1 – Nº de Hotéis no Porto e em Lisboa em 2009 e 2019



(Fonte dos dados: PORDATA, 2020; INE, 2020)

A previsão para 2020 era positiva e previa-se a continuação de financiamento maioritariamente de grupos hoteleiros internacionais e sociedades gestoras de fundos de investimento. A nível europeu, Lisboa estava entre as cinco principais cidades europeias com maior taxa de ocupação. Esta evolução positiva conduziu a que inúmeras entidades internacionais classificassem Lisboa e também outras cidades portuguesas como melhores destinos turísticos da Europa e no Mundo (Deloitte, 2019). Na Tabela 1, é possível verificar o número de alojamentos turísticos existentes em Portugal referentes ao ano de 2019, verificando-se que grande parte dos alojamentos no país estão localizados em Portugal Continental com um total de 6048 unidades, e que os números no ano de 2019 estavam promissores e para 2020, previa-se a continuidade da expansão do alojamento em Portugal. Ainda de acordo com a Tabela 1, o maior número de alojamentos por tipologia é de Alojamentos Locais com um total de 2847 unidades em Portugal Continental, que têm sido uma tendência crescente no setor do turismo, seguido pelos Estabelecimentos Hoteleiros com um total de 1679 unidades em Portugal Continental, e como já referido anteriormente, a previsão seria da continuação do crescimento do número de alojamentos no país.

Tabela 1 – Estabelecimentos Turísticos em Portugal

| Localização geográfica (NUTS -2013) | Estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Tipologia Ano de Referência dos dados: 2019 | | | |
|--|--|-------------------|--------------------------|--|
| | Tipo de alojamento turístico | | | |
| | Total (Nº) | Hotelaria (Nº) | Alojamento Local (Nº) | Turismo no espaço rural e de habitação (Nº) |
| Portugal | 6833 | 1923 | 3223 | 1687 |
| Continente | 6048 | 1679 | 2847 | 1522 |
| Região Autónoma dos Açores | 404 | 100 | 196 | 108 |
| Região Autónoma da Madeira | 381 | 144 | 180 | 57 |

(Fonte: INE, 2019)¹

O crescimento do turismo fez com que as receitas geradas pelo setor da hotelaria contribuíssem como um incentivo para novos investimentos, muitas vezes de cariz inovador, consolidando assim, a hotelaria como setor apelativo para o investimento no turismo. Estes investimentos instigaram novas tendências que vieram revolucionar tanto a oferta como a procura no setor do Turismo (Abranja *et al.*, 2020).

Conforme verificado anteriormente, desde o surgimento do alojamento local, os números das respetivas unidades têm vindo a crescer e a evoluir em Portugal, como uma mais-valia na oferta, distinguindo-se das outras tipologias de alojamento por serem normalmente mais centrados na experiência local. Nesta tendência, estão enquadrados os famosos *hostels*, que se caracterizam pela simplicidade de mobiliário, normalmente equipados com beliches, permitindo a ocupação de quatro ou mais pessoas. Praticam preços baixos e o seu foco de mercado são essencialmente jovens.

Este tipo de alojamento mais económico pode designar-se como hotéis económicos (*hard budget hotels*) ou “hotéis de baixo custo” (*low-cost*). A designação “hotéis de baixo custo” nasce como resultado da ação das transportadoras aéreas e visa uma estratégia comercial que inclui a prática de preços mais baixos e uma nova conceção de marketing (Cunha & Abrantes, 2019). O principal objetivo deste tipo de alojamento é oferecer dormida por pouco dinheiro. No entanto, o baixo valor não significa necessariamente redução de qualidade, mas antes a prestação de serviços limitados, mais standardização e tarifação mais simples. Implica, para os estabelecimentos hoteleiros, racionalizar a estrutura dos custos, incrementar a flexibilidade, introduzir novos elementos tecnológicos e simplificar as tarifas (Muñoz &

¹ Hotelaria (Nº) inclui os seguintes estabelecimentos: Hotéis, Hotéis-apartamentos, Pousadas/Quintas da Madeira, Apartamentos turísticos e Aldeamentos turísticos.

Garcia, 2007). Esta forma de alojamento foi impulsionada pela expansão das companhias aéreas de baixo custo, sendo que a redução dos preços dos transportes aéreos, provocada por estas companhias, originou maior disponibilidade de orçamento para outras vertentes da viagem. Deste modo, ao pouparem mais dinheiro no transporte e no alojamento, os turistas ficam com maior predisposição para gastar mais nas experiências locais e atrações turísticas.

Uma outra tendência crescente no alojamento, tem sido a tematização dos hotéis, por norma com temas únicos, direcionados para um nicho de mercado que procura uma experiência específica como hotéis vínicos direcionados para motivações relacionadas com a Gastronomia & Vinhos, colecionadores de vinho, ou apenas a procura de novas experiências. Outro tipo são os hotéis Boutique, normalmente com um design contemporâneo (salvo exceções), associados às novas tecnologias, normalmente com dimensões mais pequenas em comparação com um hotel de grande escala, e oferecem uma experiência única ao hospede e bastante personalizada (Abranja *et al.*, 2020). Esta tendência de alojamento acaba por ser uma mais-valia para o setor, aumentando a competitividade e diversidade de oferta, perante alojamentos clássicos já existentes, valorizando assim a oferta geral de alojamento de um destino.

A criação de valor passa também por uma das principais tendências atualmente que são as novas tecnologias, que têm vindo a revolucionar o serviço hoteleiro ao longo do tempo. Já não se idealiza os serviços prestados na hotelaria sem tecnologia. O mundo tem vindo a alterar-se e a progredir tecnologicamente à velocidade da luz no que diz respeito às novas tecnologias, e se o setor da hotelaria quer continuar a fazer parte do futuro das novas gerações, tem de acompanhar a evolução tecnológica. A tecnologia está presente no serviço de um hotel, desde a procura de informação, ao canal online, ao momento da reserva, ao check-in e até durante toda a estadia. A título de exemplo, a Marriott, é uma marca que tem vindo a construir o seu caminho desta forma, segundo considerada uma das maiores cadeias hoteleiras do mundo.

A Marriott criou um site online e uma aplicação para o telemóvel que permite aos futuros hóspedes que se informem sobre todos os seus hotéis, serviços e parcerias, tudo através do seu motor de pesquisa. Estas plataformas também permitem a reserva de todos os seus serviços assim como, fazer alterações aos mesmos, permite ainda gerir a fidelização dos clientes, atribuindo pontos por cada reserva que façam, tudo disponível nas plataformas online para os clientes verem. E como indicado antes, na atualidade os clientes têm acesso a fazer *Mobile Check-in* (*Check-in* através da aplicação) através da aplicação do seu telemóvel, acedendo diretamente ao quarto, com a *Mobile-Key* (Chave virtual) sem passar pela receção. Assim como o check-out

que também pode ser feito através da aplicação. Durante a estadia os hóspedes podem contactar através da *Marriott Bonvoy App*, os funcionários ao serviço, para solicitar novos serviços. Por fim, esta aplicação permite ao hóspede avaliar a sua estadia e a qualidade do serviço. O que é extremamente importante para os hotéis receberem o feedback dos seus clientes de forma a conseguirem rapidamente retificar erros e melhorar o serviço (Marriott.com, 2021). Este é apenas um exemplo de como a tecnologia está a ser utilizada no setor da hotelaria e como pode ajudar no processo de aceder ao serviço hoteleiro.

Contudo, apesar da evolução das novas tecnologias é importante indicar que, inevitavelmente, o fator humano é indispensável à atividade hoteleira e não é totalmente substituível. No entanto, há funções que, desempenhadas pelas novas tecnologias emergentes no mercado, são um enorme contributo quer para o hóspede, quer para o hotel conseguir prestar um serviço diferenciado e eficiente nos dias que correm como foi possível verificar.

As tecnologias vieram aproximar o futuro cliente, sendo mais fácil o primeiro contacto, agilizando a comercialização do alojamento para breves segundos, através de um clique que separa a procura da informação à aquisição, otimizando o tempo, quer do hóspede, quer do hotel. Uma plataforma que revolucionou a divulgação e promoção do alojamento, foi a Booking.com, permitindo obter informações sobre os alojamentos inscritos, reservar, comunicar e avaliar o serviço. É, também, uma plataforma que permite o cliente reservar serviços extra sem mudar de aplicação, como a marcação de voos ou de um rent-a-car (www.booking.com, 2021). Sendo o e-commerce cada vez mais importante para o setor, enquanto o acesso à Internet permanece e a dependência dos telemóveis e tablets por parte dos clientes também, tornando o uso da tecnologia inevitável, benéfico para ambas as partes. Um exemplo do benefício das novas tecnologias é a capacidade de receber *reviews*, por parte dos clientes rapidamente e facilmente, sendo fundamental, por parte das unidades hoteleiras, gerir a parte da avaliação do serviço do alojamento da melhor forma possível, de maneira a ser um ponto favorável à comercialização do hotel (Abranja *et al.*, 2020). Quantas mais *reviews* melhor, principalmente positivas. Neste campo está a aposta também em *influencers*, geralmente pessoas com grande influência na comunidade, que quando vão referenciar os hotéis ou alojamentos em questão, podem ser geradores de novos clientes também facilmente. Muitos destes *influencers* são contratados ou são-lhes propostas parcerias com hotéis pelo número de seguidores que têm, fazendo parte da sua credibilidade enquanto influenciadores. O seu principal objetivo é de promover os serviços e o alojamento em questão, rapidamente e ao maior número de pessoas possível. Os novos softwares permitem

estruturar a atividade hoteleira, reduzir o custo operacional e adotar um cariz mais sustentável, reduzindo os custos energéticos (Abranja *et al.*, 2020), o que nos traz para uma outra tendência, que é a importância crescente da sustentabilidade no turismo e na hotelaria em particular.

Segundo a Comissão Europeia “Turismo Sustentável é um turismo que é viável do ponto de vista económico e social e não desvaloriza o ambiente nem a cultura local” (Comissão Europeia, 2003, p.5). Tem de não só conservar os recursos naturais, mas também gerar rendimento e oportunidades de emprego e, ao mesmo tempo, enfatizar a necessidade de usar e desenvolver recursos que sejam utilizados de modo a melhorar a satisfação dos turistas e assegurar que serão preservados para utilização das gerações futuras (Sathiendrakumar, 2013). Atualmente, uma das principais preocupações ao nível da sustentabilidade são as mudanças climáticas que constituem um grande desafio para a economia mundial e para a sociedade, com enormes implicações potenciais sobre toda a vida existente na Terra (OECD, 2010). Este desafio também se aplica ao setor do turismo, sendo uma atividade económica extremamente sensível ao clima, pois, para do seu do papel na escolha dos destinos, também define a duração e a qualidade das épocas turísticas, afetando um vasto domínio de recursos naturais que são atrações críticas os destinos que dependem essencialmente dos recursos naturais, como os de praia, vida selvagem ou condições de neve, entre outros (Hall *et al.*, 2015). O clima influencia o turismo, mas o turismo também influencia o clima, pelo que é fundamental conhecer as possíveis consequências de uns e de outros. Segundo a Declaração da Cimeira do G20² em Davos (Cunha, 2017, p.192) “a evidencia científica é clara: as mudanças climáticas devem ser consideradas como o maior desafio para o turismo sustentável no século XXI”.

Considerando apenas os efeitos diretos, a OMT (UNWTO, 2012) estima que o turismo contribui com 5% para as emissões de dióxido de carbono (CO₂), mas a contribuição total do turismo para o aquecimento global será de ordem dos 5,2% a 12,5%, devendo-se a amplitude da estimativa a incertezas relativas ao papel da aviação. Segundo a estimativa pelo Fórum Económico Mundial, baseada num diferente conjunto de subsectores, conclui que as emissões diretas são 13% mais elevadas e a OCDE (OECD, 2010) estima-as também um pouco acima dos 5%. Sendo 21% das emissões provenientes do alojamento (Cunha, 2017).

De forma minimizar impactos, tem sido importantíssimo a criação de medidas sustentáveis no turismo e na hotelaria, sendo a cadeia de luxo *Six Senses*, um exemplo disso. A *Six Senses* investiu em medidas de poupança de energia

² G20 - Grupo dos 20 países mais desenvolvidos.

conseguindo que os seus hotéis fossem mais sustentáveis e ainda foi possível retornar o valor dos investimentos em pouco tempo. Este grupo hoteleiro investiu num sistema de monitorização de energia, com um custo de 4500 dólares americanos, que levou a uma poupança de energia de 10%, investiu também num sistema *Quantum*³ de recuperação de energia, que implicou um investimento de 9000 dólares americanos (que foi recuperado em 1,2 anos), e colocou lâmpadas elétricas eficientes nos hotéis, com o investimento a ser recuperado em pouco mais de meio ano, entre outras medidas (Publituris, 2016; Cunha, 2017).

Já outras iniciativas de desenvolvimento sustentável de turismo no mundo, foi a implementação dos Critérios Globais de Turismo Sustentável (CGTS). Entre várias empresas e organizações destaca-se o governo egípcio, que lançou o rótulo ecológico designado *Green Star Hotel Initiative* alinhado com os CGTS para desenvolver iniciativas de apoio aos esforços dos operadores turísticos para satisfazerem os critérios, a organização canadiana sem fins lucrativos Planeterra, que segue estritamente as orientações CGTS para desenvolver iniciativas de apoio aos esforços dos operadores turísticos para satisfazerem os critérios, e ainda a *International Hotel and Restaurant Association*, que lançou um novo programa de reconhecimento dos hotéis sustentáveis (*Emeraude Hotelier*) alinhado com os CGTS (UNWTO, 2012; Cunha, 2017).

Estas iniciativas sustentáveis têm sido muito populares também ao nível da procura, sendo que os turistas são cada vez mais informados e preocupados com a sua pegada ecológica, o por sua vez tem feito crescer a procura de opções de turismo ecológico, onde se insere o turismo rural, que em Portugal "...consideram-se como espaço rural as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural." (Portaria nº 937/2008, Artigo 4º).

Segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), em janeiro de 2020 o setor do alojamento turístico em Portugal registou 1,4 milhões de hóspedes e 3,3 milhões de dormidas, sendo as dormidas em unidades de turismo no espaço rural e de habitação as que mais crescerem (com uma subida de 19,5%). Uma tendência atual, com uma procura crescente e que continua mesmo após o surgimento da pandemia COVID-19, como um escape da rotina, o que acaba por ser uma motivação extra para sair da zona dos centros das cidades para o interior do país e experienciar o turismo rural, onde é possível se reconectar com tradições, raízes e natureza.

³ *Quantum*, na física, é uma quantidade discreta de energia proporcional em magnitude à frequência da radiação que representa. Em química e física, quantum refere-se a uma única parcela de matéria ou energia. Na prática, refere-se à quantidade mínima de energia necessária para uma mudança ou ao valor mínimo de qualquer propriedade física numa interação. *Quantum* é a forma singular da palavra. *Quanta* é a forma plural do termo.

1.5 - Os Recursos Humanos em Hotelaria

Conforme já explorado, a hotelaria é um elemento muito importante integrante do turismo, um setor dinâmico e atrativo para o investimento que, por sua vez, representa oportunidade de desenvolvimento económico para os destinos, colaborando para o seu desenvolvimento e contribuindo para uma melhor apreciação por parte de quem visita determinado destino e pernoita numa unidade hoteleira específica. Por sua vez, o turismo é o setor que permite a expansão e o desenvolvimento do grau de atratividade do setor hoteleiro. E tanto um como o outro são feitos de pessoas para pessoas, daí a importância dos recursos humanos na hotelaria (Abranja *et al.*, 2020).

Em termos de definição do conceito de Gestão de Recursos Humanos (GRH), Torrington, Hall e Taylor (2002) destacam a necessidade de distinguir entre gestão de pessoas e gestão de recursos. Referindo que na gestão de pessoas, as pessoas que trabalham na organização são o ponto de partida, ou seja, quem gere o pessoal tem de encaminhar os seus esforços como intermediários das relações entre empregados e empregadores. A gestão de recursos humanos atua ao nível da cultura da organização, numa perspetiva holística da gestão de pessoas, onde o desempenho de cada colaborador contribui para a eficácia e competitividade da organização, ou seja, fazem parte de um todo e contribuem para os objetivos a longo prazo da organização em questão. A GRH é vista como uma atividade de gestão e é responsabilidade de todos os gestores (Beaumont, 1993). A procura de talentos, a motivação e a formação representam desafios diários da GRH na hotelaria. As pessoas ao serviço de um hotel possuem uma relevância muito significativa no sucesso do empreendimento, são agentes ativos que criam valor e é essencial que os colaboradores sejam direcionados e orientados para os objetivos do hotel, de forma a obter o máximo sucesso possível.

No entanto é mais que necessário criar condições para manter os colaboradores, os clientes internos e ativos mais valiosos satisfeitos no seu local de trabalho, para ter um hotel eficaz e eficiente. Pois a hotelaria, sendo prestadora de serviços, é um setor baseado em mão de obra, em que o sucesso e qualidade do serviço está diretamente ligado com as pessoas que lá trabalham, desta forma, compreende-se logo a importância que os recursos humanos constituem para a hotelaria e do impacto numa empresa, que uma boa gestão de recursos humanos tem nos seus ativos mais valiosos.

De forma a manter os colaboradores motivados, é necessário que exista segurança e estabilidade, que seja transmitida ao colaborador. Pois, o primeiro obstáculo para o desenvolvimento de uma cultura organizacional adequada é a

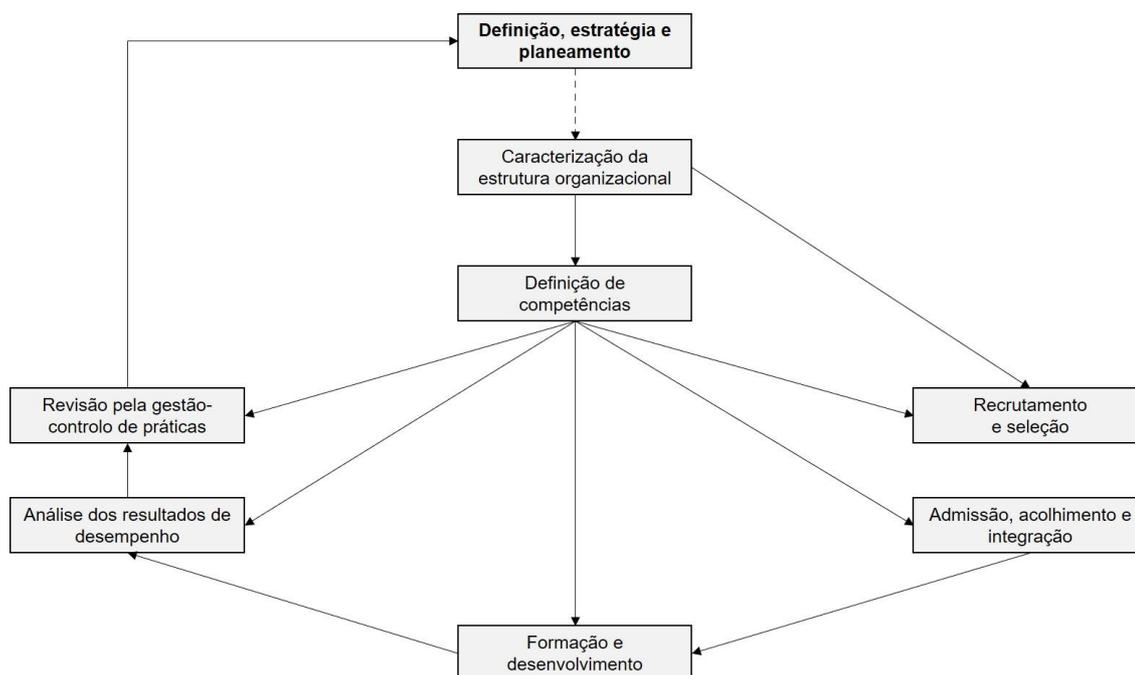
instabilidade do emprego (Becker & Olsen, 1995). Desta forma, boas condições de trabalho como uma boa remuneração, boa comunicação entre o departamento de recursos humanos e os colaboradores é essencial e contribui diretamente para um melhor ambiente no trabalho que, por sua vez, é transmitido aos clientes. Contudo, o trabalho do departamento de recursos humanos é continuar a incentivar continuamente os colaboradores ao longo do tempo para prestarem o melhor serviço e assim alcançar as metas estipuladas para o futuro da empresa (Abranja *et al.*, 2020).

Este trabalho de gestão de pessoas é caracterizado também pelo seu planeamento, ou seja, é necessário existir um planeamento dos recursos humanos que determina quantas pessoas são necessárias recrutar, formar ou dispensar num estabelecimento hoteleiro para atingir os seus objetivos num determinado tempo. Sendo fundamental ter os colaboradores certos e assegurar que as pessoas têm os conhecimentos e qualificações adequadas, para trabalhar de forma eficaz para cumprir o serviço exigido pelo cliente, e não menos relevante é assegurar que os colaboradores têm formação adequada não só para as suas funções, mas também para dar resposta a necessidades de possíveis e eventuais crises ou situações de desconforto possíveis (ameaça de terrorismo, crise pandémica, etc.) (Abranja *et al.*, 2020).

O planeamento em hotelaria é um processo sistemático que tem por objetivo dispor as pessoas em lugares estratégicos, em tempo oportuno para executar os objetivos do hotel, consistindo numa antevisão das necessidades, existentes, mercado atual e objetivos futuros. Sendo um sistema que deve tornar-se numa visão partilhada com os colaboradores do estabelecimento hoteleiros de forma a todos saberem quais são os valores e ideais da empresa.

Na Figura 3, apresenta-se uma proposta de sistema de gestão de pessoas proposta por Abranja *et al.* (2020), no qual se pode ver um modelo sistemático em que o principal objetivo é definir uma estratégia e um planeamento inicial para ser possível ter informações suficientes ao caracterizar a estrutura organizacional (a caracterização da estrutura da organização também é uma ferramenta que por consequência serve para verificar a necessidade de selecionar ou recrutar novos funcionários), definindo competências para compreender aquilo que a empresa precisa de investir ou alterar. A implementação de um sistema de gestão de pessoas proporciona o aumento da motivação, da inovação, do espírito de equipa e um ambiente de trabalho mais integrado.

Figura 3 – Modelo de Sistema de Gestão de Pessoas



(Fonte: Abranja, Almeida e Almeida, 2020)

Em suma, uma boa gestão de pessoas pode levar a uma maior competitividade de uma empresa, principalmente numa empresa à base de mão de obra como é o caso das empresas em turismo. O serviço é intangível e perecível o que o torna tão único e desejável pelo cliente, pois no momento da compra não existe uma previsão, uma amostra do produto real, no momento da realização do serviço não são possíveis ensaios ou retornos, o serviço é efetuado pelo funcionário e avaliado no momento pelo cliente. Tudo pode afetar o serviço, desde o início até ao fim, sendo algo que não é possível calcular, no entanto, ter colaboradores motivados e preparados para diversas situações que podem ocorrer através de uma boa prática de gestão de recursos humanos, já é um bom avanço estar à frente da concorrência e obter sucesso no setor da hotelaria.

CAPÍTULO 2 – ENQUADRAMENTO DO TURISMO NO CONTEXTO DA COVID-19

2.1 - O surgimento do Novo Coronavírus e o seu contexto atual

O novo Coronavírus foi identificado pela primeira vez na China a dezembro de 2019, como surto de pneumonia aguda com etiologia desconhecida na cidade de Wuhan (Li & Li, 2021). Esta patologia nunca tinha sido antes encontrada em seres humanos, mas identificou-se como doença do Coronavírus 2019 (COVID-19). Pertence ao subgénero *Sarbecovirus* (*genus Betacoronavirus*), juntamente com a síndrome respiratória aguda denominada como Coronavírus (SARS-CoV), foi designado como SARS-CoV-2 (Röltgen *et al.*, 2020).

A 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto como uma emergência de saúde pública de preocupação internacional e declarou ser uma pandemia a 11 de março 2020. A 14 de dezembro de 2020, mais de 70 milhões de casos de COVID-19 tinham sido confirmados em mais de 188 países e territórios no globo, resultando em mais de 1 milhão de mortes, juntamente com incalculáveis impactos económicos e sociais (Li & Li, 2021).

Ainda hoje existem dúvidas em relação à fonte da infeção, ou a via exata da sua transmissão, no entanto, está confirmada a transmissão de humano para humano, mesmo pessoas que não estiveram em Wuhan no início da propagação da infeção. Contudo, este vírus não é totalmente desconhecido ou novo, pois que se tenha conhecimento, já existiam oito tipos de coronavírus pertencentes à família *Coronaviridae* que é responsável por criar infeção no ser humano e animais, tais como, morcegos, camelos, aves diversas, entre outros. Este vírus quando encontra as condições necessárias para infetar o hospedeiro, geralmente criam uma infeção no sistema respiratório do individuo, tendo posteriormente sintomas semelhantes a gripes ou constipações comuns, no entanto evoluindo poderá gerar pneumonias graves (DGS, 2020).

O espectro clínico da COVID-19 varia de infeção assintomática e doença respiratória leve na maioria dos pacientes, a uma grave pneumonia viral com insuficiência respiratória, falha de múltiplos órgãos e por fim, morte (Röltgen *et al.*, 2020). Quando os pacientes não têm sintomas (assintomáticos), apenas é possível saber se estão infetados com testes para identificar o vírus. Em Portugal, os testes disponíveis são os Testes Moleculares de Amplificação de Ácidos Nucleicos (TAAN), o

método de referência para o diagnóstico e rastreio que confirmam a presença do vírus SARS-CoV-2 responsável pela doença COVID-19, feitos com amostras recolhidas, através de zaragatoa, da região do nariz e/ou da garganta, com resultados que normalmente são conhecidos no prazo máximo de 24 horas após a prescrição. Os testes TAAN são os mais eficazes e menos falíveis, no entanto ainda existem os testes rápidos disponíveis como é o caso de Testes Rápidos de Antígeno (TRAg), que se trata de testes de proximidade e devem ser utilizados quando os testes de TAAN não estão disponíveis, os resultados dos testes rápidos são conhecidos após 15 a 30 minutos da realização, mas como referido anteriormente, estes testes não são tão eficazes. Ainda existem testes serológicos, que avaliam se a pessoa tem anticorpos específicos para a COVID-19, ou seja, não são utilizados para o diagnóstico da COVID-19, mas sim para diagnosticar a imunidade ao vírus (DGS, 2021).

Quando existem sintomas, os primeiros são tosse, febre com temperatura $\geq 38.0^{\circ}\text{C}$, dor de garganta, cansaço, dores musculares e possível perda do olfato ou paladar. Tal como acima mencionado, casos mais graves podem gerar pneumonias graves, septicémia, síndrome respiratória grave, choque séptico e morte. O tempo mais comum para aparecerem os sintomas é de mais ou menos uma semana (DGS, 2020) e os pacientes mais afetados com esta doença, são normalmente adultos mais velhos (idosos) e pessoas com graves condições de saúde subjacentes, estão em maior risco de ter sintomas mais graves e morte (Röltgen *et al.*, 2020).

A doença do coronavírus 2019 (COVID-19), causada pela síndrome respiratória aguda grave coronavírus 2 (SARS-CoV-2), causou milhões de infeções e mortes em todo o mundo desde seu surgimento. Como há pouco ou nenhuma imunidade natural na população humana, poucos tratamentos para minimizar os sintomas da doença, e apesar das medidas rigorosas para evitar a propagação da mesma, não é suficiente. A última e mais esperada medida é a vacina, como estratégia definitiva para os humanos prevenir o vírus. Investigadores do governo, das universidades e da indústria médica estão a desenvolver vacinas a uma velocidade sem precedentes para tentar conter a pandemia. (Li & Li, 2021). Já existem algumas vacinas que estão a ser administradas em vários países, mas ainda é um longo até se atingir a tão desejada imunidade à doença a nível global.

Na Europa, a Comissão Europeia contratualizou vacinas em nome de todos os Estados Membros através da celebração de contratos de aquisição prévia, onde chegou a acordo até ao final de 2020, com várias empresas farmacêuticas para a aquisição de potenciais vacinas contra a COVID-19, uma vez comprovada a sua segurança e a eficácia. A informação relativa à tipologia de vacina, às condições de

armazenamento e às doses alocadas a Portugal, foi disponibilizada à data de dezembro de 2020, encontra-se sumariada na Figura 4 (DGS, 2021).

Figura 4 – Informação, relativa à tipologia de vacinas alocadas a Portugal

| Empresa | Tipo de vacina | Condições de armazenamento | Doses |
|-----------------|-----------------------------|------------------------------|-------------|
| BioNTech/Pfizer | mRNA | -70° C | 4,5 milhões |
| Moderna | mRNA | -20° C e 30 dias de 2 a 8° C | 1,8 milhões |
| Astrazeneca | Vetor viral não-replicativo | 2 a 8° C | 6,9 milhões |
| Janssen | Vetor viral não-replicativo | 2 a 8° C | 4,5 milhões |
| Curevac | mRNA | -60° C a 4 meses de 2 a 8° C | 5,1 milhões |
| Sanofi/GSK | Sub-unidade proteica | 2 a 8° C | a definir |

(Fonte: DGS, 2020)

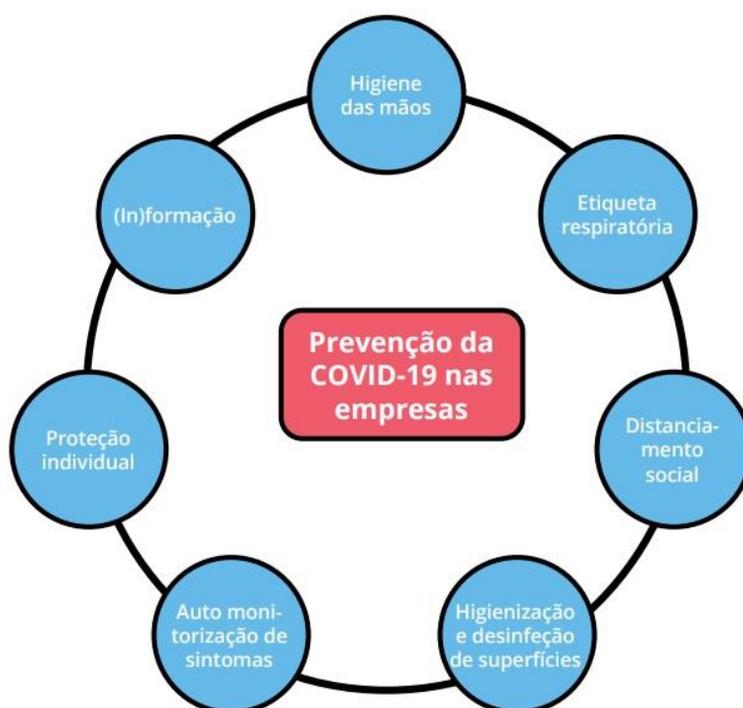
Enquanto as vacinas continuam a ser administradas, as medidas de contenção não podem deixar de serem cumpridas de forma a minimizar ao máximo a probabilidade de contágio. A Organização mundial de Saúde (OMS) indicou desde o início da pandemia várias medidas de prevenção, aplicáveis a todos os indivíduos, em qualquer situação, tais como:

- ✓ Lavar as mãos regularmente com sabão/sabonete líquido e água ou utilizar álcool-gel e esfregar;
- ✓ Manter pelo menos um metro de distância entre um indivíduo e o próximo, principalmente caso a outra pessoa tenha sintomas de tosse ou espirros;
- ✓ Evitar tocar na cara com as mãos;
- ✓ Tapar a boca e nariz quando precisar tossir ou espirrar;
- ✓ Não se sentindo bem de saúde, ficar em casa;
- ✓ Evitar fumar e outros hábitos que possam enfraquecer os pulmões;
- ✓ Praticar distância física evitando viagens desnecessárias, assim como, ficar longe de grandes grupos de pessoas.

A Direção Geral de Saúde (DGS) também disponibilizou medidas, mas mais direcionadas para as instituições de forma a conseguirem gerir da melhor forma a sua

atividade em tempos de pandemia, visto que transformou o mundo laboral e trouxe profundas mudanças no mercado de trabalho, nos modelos de negócio e na organização e gestão do trabalho, para além de um impacte socioeconómico sem precedentes. É fundamental assegurar a necessária revitalização da economia e desenvolvimento sustentável, mas, também é essencial que o trabalho é seguro e saudável em todos os setores de atividade. Desta forma, é fundamental adotar medidas de prevenção da COVID-19 nos locais de trabalho, que cada empresa (re)avale os riscos e adote as necessárias medidas de prevenção e de proteção à infeção por SARS-CoV-2, de forma a salvaguardar uma prestação do trabalho em condições de higiene, segurança e saúde a todos os seus colaboradores, mas também se for o caso, aos seus clientes (Moreira & Nogueira, 2020).

Figura 5 – Medidas recomendadas de prevenção da COVID-19 para empresas



(Fonte: Moreira & Nogueira, 2020)

No seguimento do cumprimento das medidas, a Direção Geral de Saúde, disponibilizou guias em suportes informativos específicos para vários setores, incluindo para o setor da hotelaria. Alguns dos documentos disponíveis para empresas incluem cartazes, folhetos Informativos, imagens, vídeos e áudios, com as recomendações gerais da DGS, em suporte digital para informação e formação, as

principais orientações da DGS em relação à contenção da infeção, o Manual Saúde e Trabalho que contem as medidas de prevenção da COVID-19 para empresas e ainda infografia sobre Sistemas AVAC - Aquecimento, ventilação e ar condicionado (DGS, 2020).

Está disponível no Manual Saúde e Trabalho da DGS, o Esquema de Prevenção da COVID-19 (Figura 5) para as empresas verem modelo com as principais medidas aconselhadas para a prevenção completa do vírus pelo Ministério da Saúde e pela Direção Geral de Saúde e aquilo que inclui o manual, que posteriormente explica ao detalhe cada medida, com tudo o que há para saber quer do ponto de vista do colaborador, quer do ponto de vista do empregador (Moreira & Nogueira, 2020).

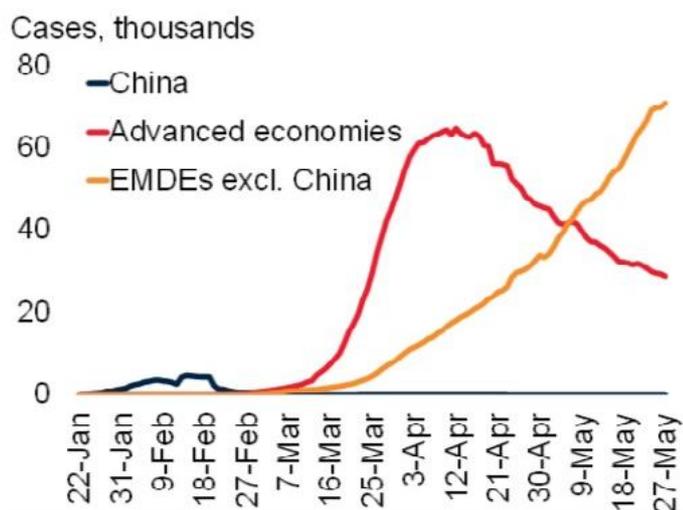
2.2 - O impacto do Novo Coronavírus no Turismo

Nos últimos tempos, as pandemias foram um tópico de nicho no turismo, mas o surto do novo Coronavírus (COVID-19) mudou drasticamente a narrativa. Os governos apelaram para a população se manter em casa e previu-se uma queda severa na economia global que remonta aos tempos da Segunda Guerra Mundial, como já se tem vindo a confirmar durante o ano de 2020. As primeiras projeções da UNWTO para 2020, sugeriam que as chegadas internacionais poderiam vir a descer entre 20% e 30% relativamente ao ano de 2019. A pandemia do COVID-19 resultou num colapso da atividade na economia global, onde as condições financeiras dos EMDEs (Mercados emergentes e de economias em desenvolvimento) ficaram mais restritos e os preços dos bens, especialmente do petróleo, caíram pique. Apesar do apoio sem precedentes à política macroeconómica, a parte dos países que estão a experienciar contrações no PIB per capita atingirá o seu nível mais alto desde o ano de 1870 (The World Bank, 2020).

Estando o aumento de casos de COVID-19 diretamente relacionados com a queda económica mundial, o *World Bank* calculou a tendência atual de propagação da doença nas economias avançadas como a China (Figura 6) e ao mesmo tempo da queda a queda do crescimento global da economia (Figura 7), nos gráficos representados a seguir (The World Bank, 2020), verificando-se que ao ritmo que os casos de infeção por Coronavírus aumentam globalmente, a capacidade económica mundial decresce, devido à congelação das economias e indústrias como forma a conter uma maior propagação do vírus. Também são feitas previsões para os anos de 2020 e 2021, nas áreas sombreadas (Figura 7), com dados de 2019, estimando as taxas de crescimento calculadas utilizando o peso do PIB, nos preços do ano de 2010

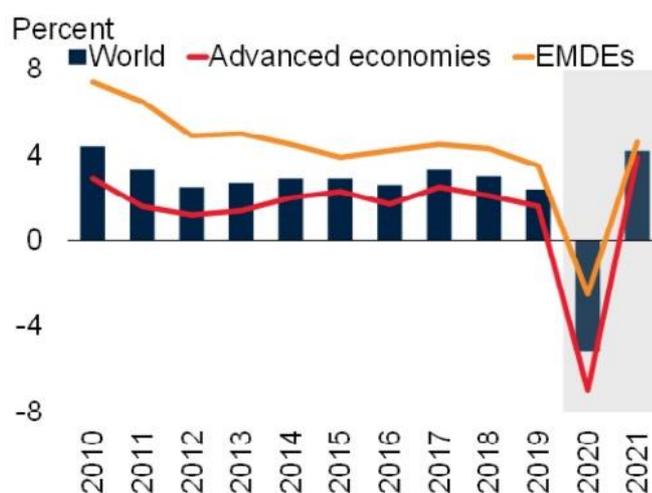
e taxas de câmbio de mercado. O crescimento global no mundo até 2018 esteve praticamente consistente ao longo dos anos, mas nas estimativas a partir de 2020, prevê-se uma clara descida, desde o início da pandemia, que terá iniciado em 2019, mas com maior impacto no mundo a partir de 2020.

Figura 6 – Tendência atual de propagação da doença COVID-19 nas economias avançadas



(Fonte: World Bank, 2020)

Figura 7 – Crescimento Económico Global nas economias avançadas e EMDEs⁴

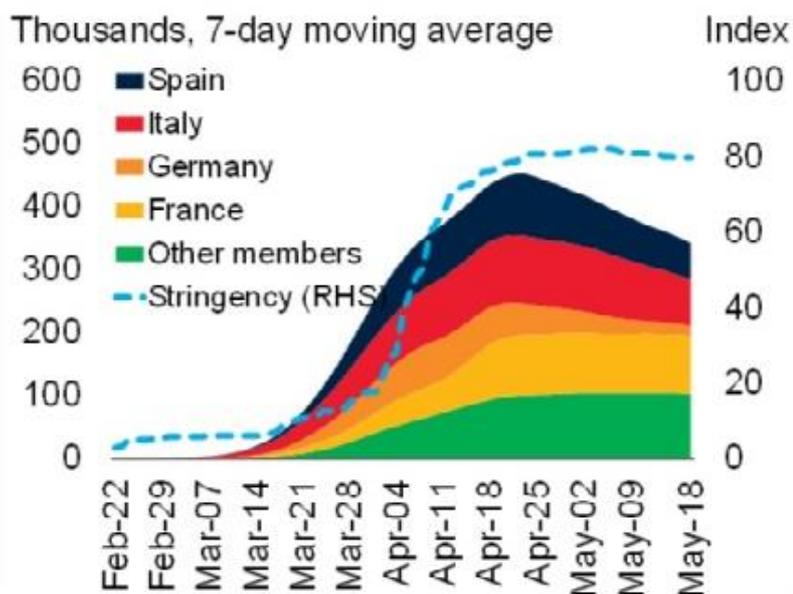


(Fonte: World Bank, 2020)

⁴ EMDEs – Emerging Market and Developing Economies

A rápida propagação da infeção por COVID-19, fez rapidamente aumentar o número de infetados em todos os países, e de forma a controlar o melhor possível a situação, os governos e as entidades de saúde pública indicaram medidas restritas para serem seguidas numa tentativa de desacelerar o processo de contágio. Esta sinergia está presente na Figura 8, onde está representado no gráfico, o aumento de casos confirmados de COVID-19 nos países da União Europeia, como a Espanha, Itália, Alemanha e França, assim como, o aumento consequente do número diário de medidas implementadas nas economias avançadas (RHS), como o confinamento obrigatório, encerramento de espaços públicos, obrigatoriedade de teletrabalho, entre outras restrições necessárias, implementas pelos países de forma a combater o aumento de número de casos ativos (The World Bank, 2020). Sendo que as medidas diferem de país para país por razões obvias de gestão da situação específica de cada país, mas não deixando de ser um problema de responsabilidade global.

Figura 8 – Casos Confirmados Acumulados de acordo com as medidas de mitigação⁵



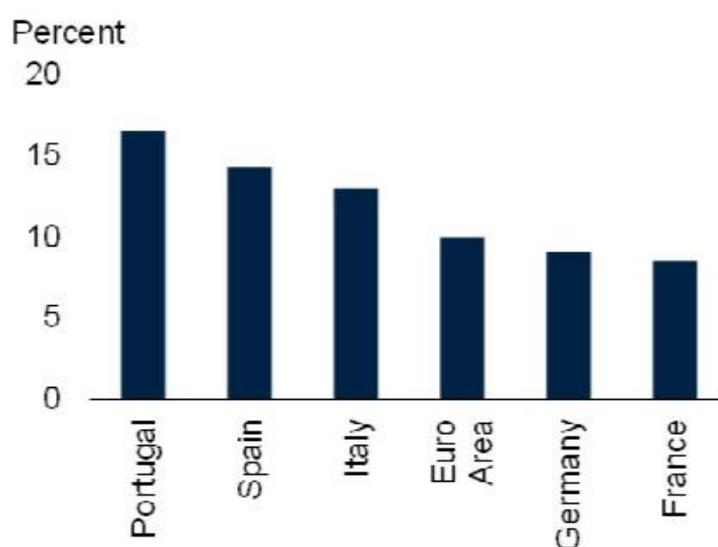
(Fonte: World Bank, 2020)

Estas medidas positivas para o controlo da pandemia, têm sérios impactos negativos na economia como anteriormente referido, assim pode-se indicar que o impacto no turismo, como uma atividade de carácter económico é realmente muito negativo, principalmente nos países que o turismo tem um peso maior na economia do país. Na Figura 9, estão representados vários países da Europa e da Zona Euro

⁵ *Stringency* (RHS) - Medidas Implementadas nas Economias Avançadas

(Países que aderiram à moeda Euro) que dependem mais significativamente do turismo. Estes países que dependem mais do turismo, como é o caso de Espanha e Itália, foram dos países com maior número de casos confirmados de COVID-19 (Figura 8), o que por consequência da rápida expansão da doença, também foram países que experienciaram medidas muito restritas (Figura 8), o que levou prejudicar ainda mais o setor do turismo (medidas que encerraram estabelecimentos turísticos e proibiram mobilidade aérea, entre outros), as medidas de encerramento e outras, fizeram as taxas de desemprego disparar (BLS, 2020).

Figura 9 – Peso do Turismo no PIB em 2019



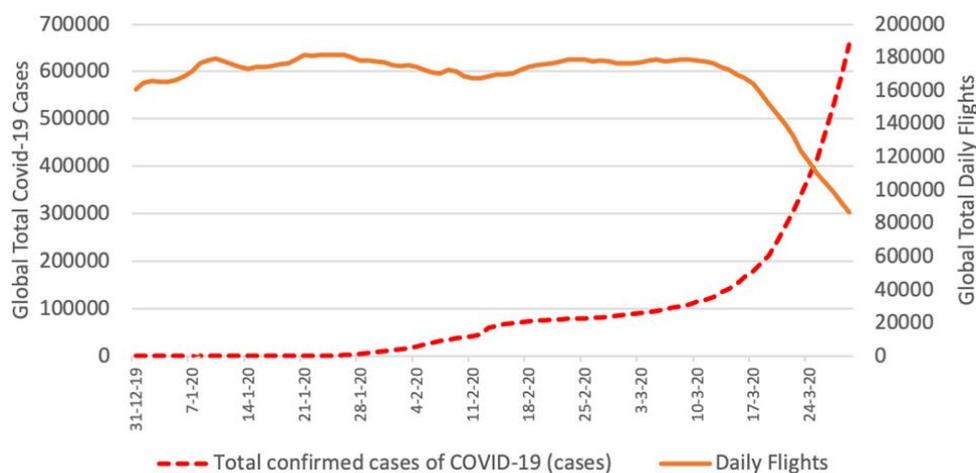
(Fonte: World Bank, 2020)

A pandemia do COVID-19 é um dos momentos mais marcantes da atualidade e tem prejudicado radicalmente o setor do turismo, como indicado anteriormente. Uma das medidas que mais afetou o turismo, foi a paralisação da mobilidade e das viagens à escala global (Zenker *et al.*, 2021). Em meados de março de 2020, as viagens aéreas começaram a cair drasticamente em todo o mundo (Iacus *et al.*, 2020; Suau-Sanchez *et al.*, 2020), esta situação fez com que o transporte aéreo parasse durante meses, com uma queda acentuada nas viagens domésticas e internacionais. A paralisação da mobilidade aérea é visível na Figura 10, onde se verifica claramente a descida dos voos diários devido aos aumentos também visíveis de casos de COVID-19 confirmados.

Após meses de fronteiras fechadas e voos terrestres adiados, alguns países começaram lentamente a reabrir para o turismo durante o início do verão de 2020 com algumas medidas (como permitir que os cidadãos dos estados-membros da União

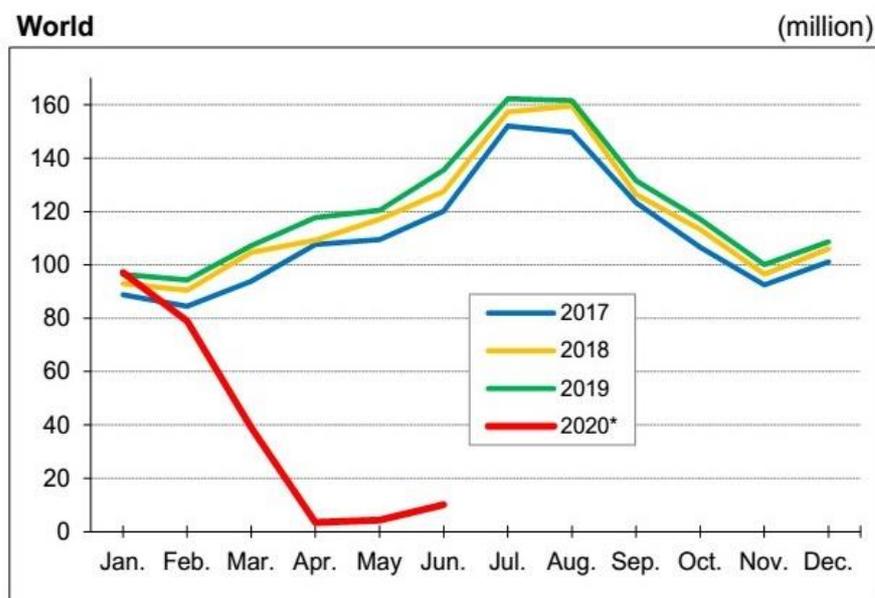
Europeia, pudessem viajar dentro da Europa), enquanto outros países e regiões ainda continuavam sob bloqueio total ou parcial e proibidos de viajar (Boffey, 2020).

Figura 10 – Relação entre casos diários de COVID-19 e número de voos diários



(Fonte: Gössling *et al.*, 2020)

Figura 11 – Evolução das chegadas internacionais globais, por mês



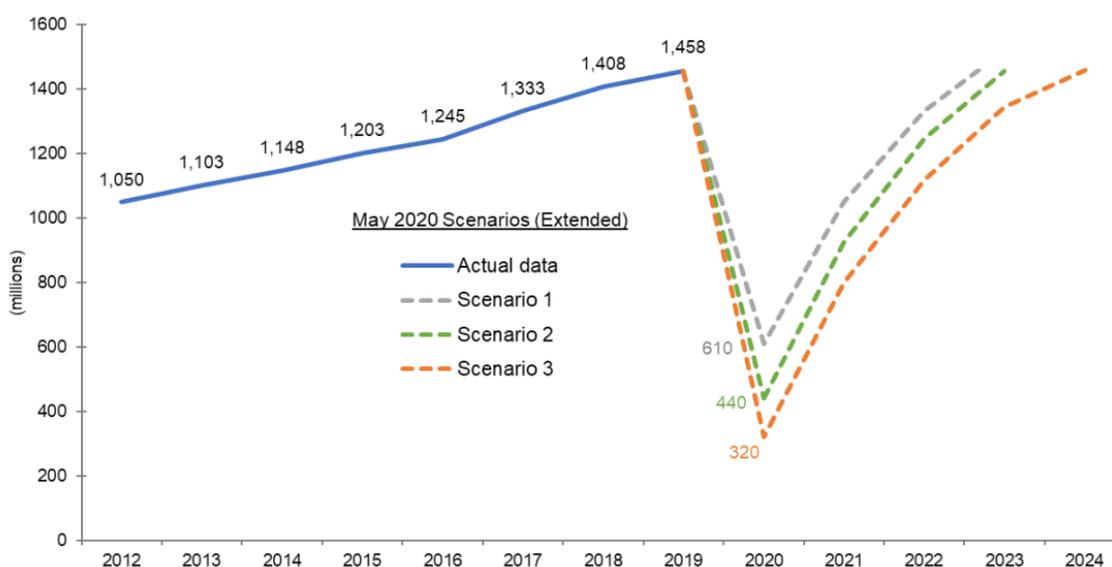
(Fonte: UNWTO, 2020)

Com o decréscimo do número de voos, diminuíram as chegadas de turistas internacionais (Figura 11.) drasticamente relativamente aos anos anteriores.

Curiosamente, apesar de toda a preocupação nos danos físicos que causa a doença (COVID-19), a parte psicológica também não deve ser ignorada. A natureza altamente contagiosa da COVID-19, criou insegurança e medo nas pessoas, contribuindo para que ainda menos viagens fossem feitas, devido ao medo (Zenker *et al.*, 2021).

As viagens aéreas internacionais sofreram um forte declínio, com ano após ano, os assentos disponíveis a decrescerem aproximadamente a 90% em abril de 2020 (Suau-Sanchez *et al.*, 2020). Em todo o mundo, as companhias aéreas enfrentaram enormes perdas de receita, reportando um prejuízo líquido de 5,2 bilhões de dólares no primeiro trimestre de 2020 (BTS, 2020). Outras formas de transporte também sofreram significativamente o impacto da pandemia, incluindo viagens em meios de transporte público, automóvel privado e transportes turísticos (Baker *et al.*, 2020; Bucsky, 2020; De Vos, 2020; Hadjidemetriou *et al.*, 2020; Nian *et al.*, 2020), como navios-cruzeiro, por exemplo (Ito *et al.*, 2020).

Figura 12 – Chegada de turistas internacionais: Futuros cenários



(Fonte: UNWTO, 2020)

Embora ainda haja muita incerteza sobre o tempo que a pandemia da COVID-19 poderá persistir, e quanto tempo levará para o transporte aéreo recuperar, muitos especialistas acreditam que os impactos irão ser a longo prazo. De acordo com líderes do setor, a recuperação deve levar pelo menos de 3 a 6 anos. Felizmente, o que ficou claro com crises anteriores é que a procura de viagens aéreas eventualmente, irá recuperar, no entanto, a indústria provavelmente surgirá desta crise significativamente

alterada assim como, o setor do turismo (Hotle & Mumbower, 2021). De acordo com a UNWTO, são apresentados alguns cenários de recuperação do turismo através da previsão do número de chegadas internacionais, baseados na maior ou menor eficácia das medidas de contingência e combate à pandemia (Figura 12). Sendo o primeiro cenário uma recuperação em dois anos e meio (maio de 2023), o segundo cenário com recuperação em três anos (fim de 2023) e o terceiro cenário de recuperação em quatro anos (fim de 2024) (UNWTO, 2020; World Tourism Barometer, 2020).

2.3 - Contexto da pandemia em Portugal e a resposta do setor do Turismo

A 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) qualificou a situação atual como emergência de saúde pública devido à doença COVID-19 (Cucinotta & Vanelli, 2020) tornando-se imperiosa a previsão de medidas para assegurar o tratamento da mesma, através de um regime adequado a esta realidade, que permitisse estabelecer medidas excecionais e temporárias de resposta à pandemia. Dessa forma, o governo português procedeu à execução da declaração do estado de emergência em Portugal efetuada pelo Decreto do Presidente da República n.º 14-A/2020, de 18 de março como medida de controlo da propagação da doença e proteção da população sendo necessária a restrição de direitos e liberdades, no que remete à circulação de pessoas na via pública e de confinamento obrigatório, em articulação com as autoridades europeias, com vista a prevenir a transmissão do vírus (DRE, março 2020).

As medidas incluíram a suspensão de todas as circulações com exceção de deslocações por motivos de saúde ou serviços que fossem imprescindíveis ao funcionamento da sociedade em geral ou em casos de urgência. Foi permitida a deslocação para prestar assistência a pessoas com alguma incapacidade, para levar os filhos à escola, transporte de idosos ou qualquer indivíduo que fosse dependente de outrem. Foi declarada obrigatória a adoção do regime de teletrabalho sempre que as funções em causa assim o permitissem. Mas apesar de todas as pessoas terem a obrigatoriedade de se manter em casa durante o estado de emergência, as cadeias de abastecimento fundamentais de bens e serviços essenciais como a cadeia de produção alimentar continuaram a ser sempre asseguradas (como anteriormente referido, foram permitidos o funcionamento de serviços ou atividades que fossem imprescindíveis à sociedade em geral). Sendo uma doença de propagação rápida, foi declarado que as pessoas devessem manter-se a distância social assim que possível,

mas em caso de ser inevitável cumprir pelo menos a distância de pelo menos um metro entre cada pessoa, especialmente em espaços fechados, estabelecimentos de comércio com grande afluência de pessoas ou quaisquer estabelecimentos propícios a contactos diretos entre clientes e trabalhadores, sendo o método de negócio mais recomendável sempre que possível, via *online*.

Da mesma forma, também não estão excluídos os riscos de contágio e de propagação através de produtos ou de superfícies onde o vírus temporariamente se aloje, pelo que a redução do contacto entre pessoas e bens ou estruturas físicas deve ser acautelada e reduzida tanto quanto possível, o que é muitas vezes uma missão impossível na prestação de serviços e do setor do turismo e hotelaria, pois envolve um contacto próximo entre trabalhadores e clientes. Foram estabelecidas regras aplicáveis ao funcionamento ou suspensão de determinados tipos de instalações, estabelecimentos e atividades, incluindo estabelecimentos turísticos, tendo a opção de se manter em funcionamento ou não, tendo sido estabelecidas regras de funcionamento como obrigatoriedade de adotar as medidas de uma distância mínima de dois metros entre pessoas em espaço físico e na parte da restauração apenas é possível a prestação de serviços de restauração e bebidas no próprio estabelecimento exclusivamente para respetivos hóspedes. Foi declarado que quaisquer bens ou serviços de pessoas coletivas de direito público ou privado que se mostrem necessários ao combate à doença COVID-19 poderão ser requisitados como o caso de estabelecimentos turísticos como hotéis para transformação em hospital de campanha, acolhimento de doentes ou profissionais de saúde se assim for necessário (DRE, março 2020).

Com estas medidas muitos dos estabelecimentos hoteleiros que não tinham hóspedes, viram-se na obrigação de encerrar nem que fosse apenas temporariamente de forma a conseguirem poupar mais estando encerrados do que a funcionar. Desta forma, também muitos dos colaboradores que as funções de trabalho não permitissem fazer regime de teletrabalho e tivessem o seu local de trabalho encerrado, tiveram de ficar em casa em regime de *Lay-Off* que consiste na redução temporária dos períodos normais de trabalho ou suspensão dos contratos de trabalho efetuada por iniciativa das empresas por um determinado tempo, quando assim o necessitam (Segurança Social Direta, 2018). Outros colaboradores com contrato a termo certo, a terminar em tempo de encerramento, foram alvo de despedimento por não renovação de contrato devido à pandemia. A estimativa de desemprego para o ano de 2020, é de 75 milhões de empregos perdidos no setor do turismo (WTTC, 2020).

No entanto, mesmo que a COVID-19 tenha vindo prejudicar o setor, o conhecimento de crises anteriores, demonstra que a indústria tem mostrado capacidade

de resiliência para recuperar rapidamente e retomar a normalidade (Pappas, 2021). Nesse sentido, existe uma alta percepção do risco dos destinos e, mais concretamente, dos empreendimentos turísticos. Por isso, é necessário abordar, junto da indústria hoteleira, o estudo das ações necessárias que possam neutralizar os efeitos da pandemia no setor hoteleiro e no turismo. Será apropriado definir estratégias e ações que promovam a confiança dos hóspedes, apoiando a recuperação do setor (Rueda López *et al.*, 2021).

Como estratégia de recuperação e como medida reativa à situação atual, o Turismo de Portugal criou o selo *Clean & Safe* (Figura 13) de forma a certificar os estabelecimentos e atividades turísticas que assumam o compromisso de cumprir as recomendações dadas pela Autoridade Turística Nacional em articulação com as orientações da Direção Geral de Saúde (DGS) para reduzir os riscos de contaminação por COVID-19 ou outras infeções que possam vir a existir no futuro. Tem como principal objetivo sensibilizar as empresas turísticas para a adoção de comportamentos apropriados a época pandémica que vivemos e que possam adotar procedimentos de higiene e limpeza que assegurem a segurança dos turistas e colaboradores de Turismo, incentivando a retoma à atividade no setor a nível nacional e internacional, dando assim, uma maior confiança a todos os que visitam Portugal enquanto destino turístico.

Figura 13 – Selo “*Clean & Safe*”



(Fonte: Visit Portugal, 2020)

A adesão do selo *Clean & Safe* é gratuita e opcional e ainda é promovida a formação pelo Turismo de Portugal para implementação das regras associadas ao selo. A certificação está disponível para Hotéis, Empresas de Animação Turística,

Campos de golfe, Guias interpretes (têm direito a formação certificada), Restaurantes, Agências de viagens (com instalações físicas), Empresas de Rent-a-car, Áreas de serviço para Autocaravanas, AL (Alojamento Local), Locais de Cultura, Património e Museus. (www.visitportugal.com, 2020)

O selo *Clean & Safe*, para além de proteger as empresas e de contribuírem para a saúde pública, também funciona como um certificado de segurança e qualidade bastante apreciado pelos turistas. Em tempos que não se pode facilitar com as regras impostas para controlar a infeção, mais do que nunca, o turista procura segurança de saber que o alojamento que vai ficar hospedado ou o monumento que vai visitar, está a cumprir todas as normas pela OMS (Organização Mundial de Saúde) e pelas autarquias locais. Este símbolo transmite maior confiança ao consumidor, atuando como uma excelente ferramenta de marketing para promover o turismo e a hotelaria em Portugal enquanto se recupera dos estragos da pandemia.

Figura 14 – Programa de incentivo “Visita Portugal”



(Fonte: Turismo de Portugal, 2020)

Também como estratégia de apoio ao Turismo, o governo criou a medida, juntamente com a coordenação do Turismo de Portugal, Programa de incentivo ao consumo “Visita Portugal” como promoção do destino (Figura 14), que visa estimular a procura interna e proporcionar um incentivo ao consumo num ambiente de negócios ainda frágil, mediante a criação de condições mais competitivas na oferta de produtos e serviços turísticos, através da aplicação de um desconto na comercialização de produtos e serviços de natureza turística, participado, em partes iguais, num

modelo de compromisso partilhado público/privado, com uma dotação de cinquenta milhões de euros em vigor até 15 de dezembro de 2020 (Turismo de Portugal, 2020). Esta medida também é uma estratégia de marketing muito interessante, tal como o selo *Clean & Safe*.

Ambas promovem o destino Portugal e ambas se direccionam para potenciais clientes que são as pessoas, de forma a minimizar os impactos da pandemia, e ajudar o setor a manter-se resiliente e ultrapassar a crise da COVID-19, saindo da mesma definitivamente alterado, mas com certeza mais preparado para reagir a crises futuras que possam vir a existir.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

3.1 - Construção do procedimento científico

A realização de um trabalho de investigação deve basear-se na elaboração de um método científico rigoroso e adequado aos objetivos do trabalho, de modo a produzir dados credíveis. De acordo com Fortin *et al.* (2006), a investigação científica consiste no método que permite encontrar respostas para questões específicas, através da descrição, explicação, previsão ou verificação de factos, acontecimentos ou fenómenos. Deste modo, deverão ser estruturadas as problemáticas e hipóteses teóricas que devem ser testadas através de processos de observação ou de experimentação. A este conjunto de tarefas ou atividades que devem ser seguidas durante o processo de investigação, designam-se geralmente como procedimento científico (Quivy & Campenhoudt, 2008; Veal, 2006; Pizam, 1994).

Este processo engloba diferentes etapas sequenciais e interdependentes, contudo, não são lineares, podendo ocorrer em momentos diferentes e ter diferentes níveis de interatividade (Veal, 2006). Para Quivy & Campenhoudt (2008), o procedimento científico refere-se a um caminho a percorrer no sentido de um determinado objetivo, assente na descrição dos princípios fundamentais, a colocar em prática. Os métodos a utilizar assumem-se como guião das formalizações particulares, desse mesmo procedimento. São identificados três atos do procedimento interdependentes: Rutura, Construção e Verificação, que se constituem mutuamente e que englobam um conjunto sucessivo de operações agrupadas em sete etapas, com carácter flexível, permitindo circuitos de retroação, interação e feedback entre as mesmas. É a partir deste sistema conceptual que ele pode erguer as proposições explicativas do fenómeno a estudar e prever qual o plano de pesquisa a definir, as operações a aplicar e as consequências que se devem esperar no final das observações. Todo este processo consiste na construção teórica, sem a qual não haveria experimentação válida. As proposições (ou hipóteses) devem ser o resultado de um trabalho racional, fundamentado na lógica e com uma base conceptual validamente construída. A verificação (ou experimentação) refere-se ao teste das proposições através dos factos. Isto é, uma proposição só adquire um estatuto científico a partir do momento em que é possível a sua verificação através dos factos (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Resumindo, um processo de investigação pode ser conduzido de várias formas, ao longo de diferentes etapas sequenciais e interdependentes semelhantes aos vários modelos de investigação, mas que não seguem necessariamente a mesma ordem, sequência ou procedimentos específicos.

Em seguida, serão explicados o método e a técnica utilizados nesta investigação.

3.2 - Escolha do método e técnica de investigação

O método científico configura-se como uma formalização do percurso ajustado ao objeto de estudo, concebido como meio para direcionar a investigação para o seu objetivo, possibilitando a progressão do conhecimento sobre esse mesmo objeto (Pardal & Lopes, 2011). Por sua vez, as técnicas consistem nas ferramentas ou meios auxiliares do método. O método consiste então no conjunto de formalizações particulares do procedimento, ou seja, num conjunto de técnicas gerais e transversais a um número significativo de ciências, que podem ser levadas a cabo, para chegar ao conhecimento científico (Coutinho, 2011).

A revisão da literatura identifica duas grandes derivações metodológicas, uma baseada no paradigma quantitativo ou positivista e outra baseada no paradigma qualitativo ou interpretativo (Coutinho, 2011; Sousa & Baptista, 2011; Veal, 2006). O método de investigação quantitativa tem como principal objetivo a identificação e apresentação de dados, indicadores e tendências observáveis, sendo mais apropriada a sua utilização no caso de trabalhos de investigação que envolvam a recolha de medidas quantificáveis de dados a partir de amostras de uma população. De acordo com Veal (2006), os estudos quantitativos implicam a apresentação de análises estatísticas, baseando-se na apresentação de dados numéricos para testar hipóteses ou estruturar as conclusões. Possibilitam o tratamento de informação complexa de uma forma sucinta e mais fácil de compreender, permitindo que os dados resultantes sejam interpretados, analisados e comparados por outros investigadores com maior facilidade. Coutinho (2011) define a perspectiva quantitativa nas Ciências Sociais e Humanas como a pesquisa baseada na “análise de factos e fenómenos observáveis e na medição/avaliação de variáveis comportamentais e/ou sócio afetivas passíveis de serem medidas, comparadas e/ou relacionadas no decurso do processo da investigação empírica.” (Coutinho, 2011: 24)

O método de investigação qualitativa tem como principal objetivo a compreensão dos problemas, a análise dos comportamentos, das atitudes ou dos valores, não

existindo uma preocupação com a dimensão da amostra ou com a generalização dos resultados. Deste modo, não se coloca o problema da validade e da fiabilidade dos instrumentos, ao contrário do que acontece na investigação quantitativa. Os estudos qualitativos estão mais vocacionados para análise e estudo da subjetividade associada ao comportamento e à atividade das pessoas e das organizações. Tem um carácter indutivo e descritivo, a partir da análise de padrões encontrados nos dados, ao contrário dos estudos quantitativos que se focalizam mais na recolha de dados para comprovar modelos, teorias ou verificar hipóteses (Sousa & Baptista, 2011). Veal (2006) refere que os estudos qualitativos geralmente não são referentes a dados numéricos e dão maior predominância à recolha de um vasto conjunto de dados sobre um grupo de pessoas restrito, mas representativo, em vez da recolha limitada de informação sobre um vasto grupo de pessoas. Coutinho (2011) refere que o objeto de estudo na investigação qualitativa não se refere necessariamente aos comportamentos, mas sim às intenções e situações, ou seja, refere-se à investigação de ideias, à descoberta de significados nas ações individuais e nas interações sociais, a partir da perspectiva dos agentes intervenientes no processo.

À luz das definições apresentadas, o presente trabalho de investigação seguiu a abordagem quantitativa, com o intuito de obter dados concretos que possam responder aos objetivos da investigação, para que posteriormente possam ser analisados de forma a obter conclusões sobre o tema.

3.3 - Enquadramento e justificação do tema

Como já referido na introdução, o setor do turismo é muito importante para a atividade económica do país e tem um peso significativo nas exportações. Ano após ano, os indicadores turísticos têm vindo a aumentar e Portugal tem-se assumido cada vez mais como um destino turístico de referência a nível mundial. Contudo, o contexto de pandemia que se vive atualmente, aporta maiores desafios para este setor e torna ainda mais pertinente a investigação académica na área do turismo. O facto de ter desenvolvido atividade profissional durante os últimos anos no setor da hotelaria, associado ao facto de este ter sido um dos setores mais afetados pela COVID-19, motivou a escolha do tema deste trabalho de investigação. Mais especificamente, foi vista como uma oportunidade de análise dos impactos da COVID-19 verificados na hotelaria, na perspectiva dos colaboradores. Esta abordagem permitiria também traçar um perfil dos colaboradores da hotelaria na atualidade.

Como referem Sousa & Baptista (2011), na escolha do tema de investigação é importante que haja uma afetividade ao tema e uma familiaridade do investigador com o objeto de estudo, considerando vantajoso quando a investigação a desenvolver se enraíza na experiência anterior do investigador. Neste contexto, a experiência profissional acumulada ao longo dos últimos anos no setor da hotelaria contribuiu também para a identificação da importância do estudo desta temática.

3.4 - Problemática e objetivos da investigação

O turismo é um dos setores da economia que mais sente o impacto da COVID-19. Justifica-se pelo facto de terem sido implementadas restrições nas viagens e medidas de confinamento, um pouco por todo o mundo (Everingham & Chassagne, 2020; Gössling *et al.*, 2020; Ioannides & Gyimónthy, 2020; Kock *et al.*, 2020; Lapointe, 2020; Qiu *et al.*, 2020; Sigala, 2020; Zeng & Lew, 2020). Com uma redução significativa no número de viagens à escala global, consequentemente também os estabelecimentos de alojamento turístico viram reduzir significativamente o número de hóspedes, originando inclusivamente o encerramento temporário (e em alguns casos, permanente) de muitos estabelecimentos de alojamento. Este contexto reforça a pertinência de se estudar mais sobre o impacto da COVID-19 na Hotelaria, possibilitando identificar estratégias que possam contribuir para lidar melhor com situações de crise no futuro. Assim, formulou-se a seguinte pergunta de partida:

Que impacto teve a COVID-19 no setor da Hotelaria, segundo a perspectiva dos colaboradores?

O trabalho de investigação desenvolvido em torno desta problemática, leva-nos a estruturar três objetivos de investigação, sendo eles:

1. Analisar o perfil dos colaboradores da Hotelaria em Portugal;
2. Perceber de que forma a COVID-19 influenciou a atividade hoteleira;
3. Identificar as principais medidas implementadas de combate aos efeitos do Coronavírus na Hotelaria.

Tendo em conta a problemática de base e os objetivos enunciados, foram estruturadas três hipóteses de investigação, às quais, se pretende dar uma resposta mais concreta. As hipóteses foram pensadas minuciosamente de forma a se conseguir

obter resultados objetivos e pertinentes. Deste modo, em linha com os objetivos de investigação, direcionaram-se as hipóteses com o intuito de se compreender o perfil mais aproximado e atualizado possível do colaborador em hotelaria, assim como, identificar eventuais consequências que esta crise poderá eventualmente trazer para as perspetivas profissionais dos colaboradores hoteleiros. Numa perspetiva também de se identificar as estratégias de combate à crise que os estabelecimentos turísticos adotaram, tentou compreender-se melhor a forma como os alojamentos enfrentaram a situação e que estratégias foram desenvolvidas para sobreviverem num mercado fortemente condicionado por este contexto pandémico. Deste modo, ao compreendermos melhor o perfil dos colaboradores em hotelaria, os impactos percebidos e o que foi feito no decorrer desta crise, esperamos contribuir também para que haja uma melhor preparação para lidar com situações de crise futuras na hotelaria. Tendo em conta todo este contexto, as hipóteses formuladas são as seguintes:

H1 - Os colaboradores de Hotelaria têm formação adequada, tendo em conta não só a formação específica na área do Turismo e da Hotelaria, mas também outros conhecimentos relativos a lidar com situações de crises sanitárias (e eventualmente, crises de outros tipos);

H2 - A COVID-19 teve impacto na atividade profissional dos colaboradores da hotelaria, quer ao nível do emprego atual, quer ao nível de perspetivas futuras de desenvolvimento de carreira;

H3 - O Setor Hoteleiro ficou mais bem preparado para lidar com situações de crise no futuro, quer através da experiência acumulada durante a crise pandémica, quer através dos programas de formação e certificação implementadas nas unidades hoteleiras.

No capítulo 4, serão apresentados e discutidos os dados recolhidos através da aplicação do questionário, dos quais se tentará validar as hipóteses apresentadas e cumprir com os objetivos do trabalho.

3.5 - Caracterização da amostra e técnica de recolha de dados

Na impossibilidade de estudar todos os colaboradores da Hotelaria em Portugal, optou-se por recorrer à técnica de amostragem não probabilística por conveniência, que se refere àquela em que os elementos da população são selecionados para integrar a amostra por conveniência, ou seja, por estarem disponíveis ou acessíveis ao investigador (Sousa e Batista, 2011). Deste modo, foi aplicado um inquérito por questionário, utilizando as plataformas *online* e alguns contactos diretos. O inquérito foi publicado em diferentes plataformas, nomeadamente no *LinkedIn* e no grupo público do *Facebook* intitulado “Hotelaria & Turismo Porto Portugal – Oportunidades De Emprego/Estágio”. Foi também enviado o *link* do questionário via mensagem pelas plataformas do *LinkedIn*, *Whatsapp*, *Instagram* e *Outlook*, a diversos contactos de pessoas que trabalham no setor. O questionário foi divulgado entre 24 de abril a 15 de maio de 2020, período este que incluiu a renovação pela segunda vez do estado de emergência em Portugal que vigorou até ao dia 2 de maio de 2020.

Com esta ferramenta de investigação, pretendeu-se abranger indivíduos que trabalhassem em qualquer concelho de residência, género, idade, nível de escolaridade e formação, assim como qualquer estabelecimento hoteleiro, departamento, categoria profissional, contrato de trabalho ou rendimento. Tendo como principal objetivo obter um perfil atualizado do trabalhador de Hotelaria em Portugal e de modo a recolher as suas perceções relativamente aos impactos que a pandemia teve no setor hoteleiro.

A primeira proposta do questionário foi concluída a 16 de abril de 2020, seguidamente foi aplicado um pré-teste a cinco pessoas e, após os necessários reajustes, ficou pronto a ser publicado. No dia 24 de abril de 2020 deu-se início à publicação do questionário nas plataformas online, assim como a divulgação do link do formulário via mensagem, também nas diversas plataformas. O encerramento da aceitação de respostas foi no dia 15 de maio de 2020 com um total de 258 respostas, num total de três semanas, abrangendo assim, o estado de emergência em Portugal que teve início a 19 de março de 2020 e teve termino a 2 de maio de 2020, conforme indicado anteriormente.

CAPÍTULO 4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo é referente à apresentação, análise e discussão dos resultados obtidos no inquérito realizado como questionário *online* entre abril e maio do ano de 2020. A apresentação e análise dos dados foi dividida em três partes, sendo a primeira referente à análise do perfil dos colaboradores de Hotelaria em Portugal, a segunda sobre a influência do Coronavírus como nova realidade na atividade Hoteleira e última relativamente às principais medidas implementadas na Hotelaria devido à COVID-19.

4.1 - Análise do perfil dos colaboradores da Hotelaria em Portugal

A maioria dos colaboradores da Hotelaria que responderam ao inquérito são da região do Norte de Portugal. Dos 258 inquéritos realizados, 199 indicaram ser do Norte, 33 da Área Metropolitana de Lisboa e 20 do Centro de Portugal. Ainda se contabilizaram duas pessoas provenientes do Alentejo e quatro da região do Algarve. Não se obtiveram respostas provenientes das regiões autónomas dos Açores ou da Madeira (Tabela 2).

Inserida na região do Norte, a Área Metropolitana do Porto, foi a localização mais indicada pelos inquiridos com um total de 182 respostas (Tabela 3).

Tabela 2 – Local de residência dos inquiridos, por NUTS II

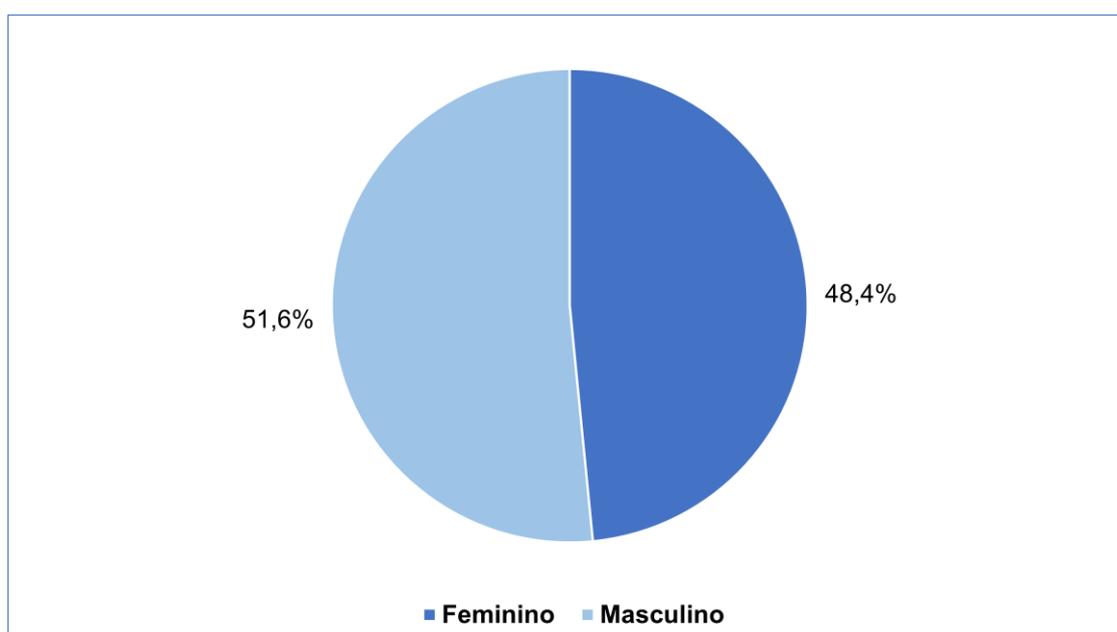
| | | |
|---------|------------------------------|-----|
| NUTS II | Norte | 199 |
| | Centro | 20 |
| | Área Metropolitana de Lisboa | 33 |
| | Alentejo | 2 |
| | Algarve | 4 |
| | Região Autónoma dos Açores | 0 |
| | Região Autónoma da Madeira | 0 |

Tabela 3 – Local de residência dos inquiridos, por NUTS III Norte

| | | | |
|-----------------|--------------|-----------------------------|-----|
| NUTS III | Norte | Alto Minho | 3 |
| | | Cávado | 4 |
| | | Ave | 2 |
| | | Área Metropolitana do Porto | 182 |
| | | Alto Tâmega | 0 |
| | | Tâmega e Sousa | 8 |
| | | Douro | 0 |
| | | Terras de Trás-os-Montes | 0 |

Em seguida, procurou-se compreender a predominância de género neste inquérito, e os resultados apresentados no gráfico 2, demonstram que o género mais predominante num perfil aproximado do colaborador de Hotelaria é o sexo masculino, no entanto, é por pouca diferença, sendo que, o que se concluiu, é que existe quase um equilíbrio entre ambos os géneros, sendo 52% referentes ao sexo masculino e 48% ao sexo feminino. O que nos leva a acreditar que o setor da Hotelaria emprega igualmente tanto homens como mulheres, sendo um aspeto positivo para a igualdade de género neste setor.

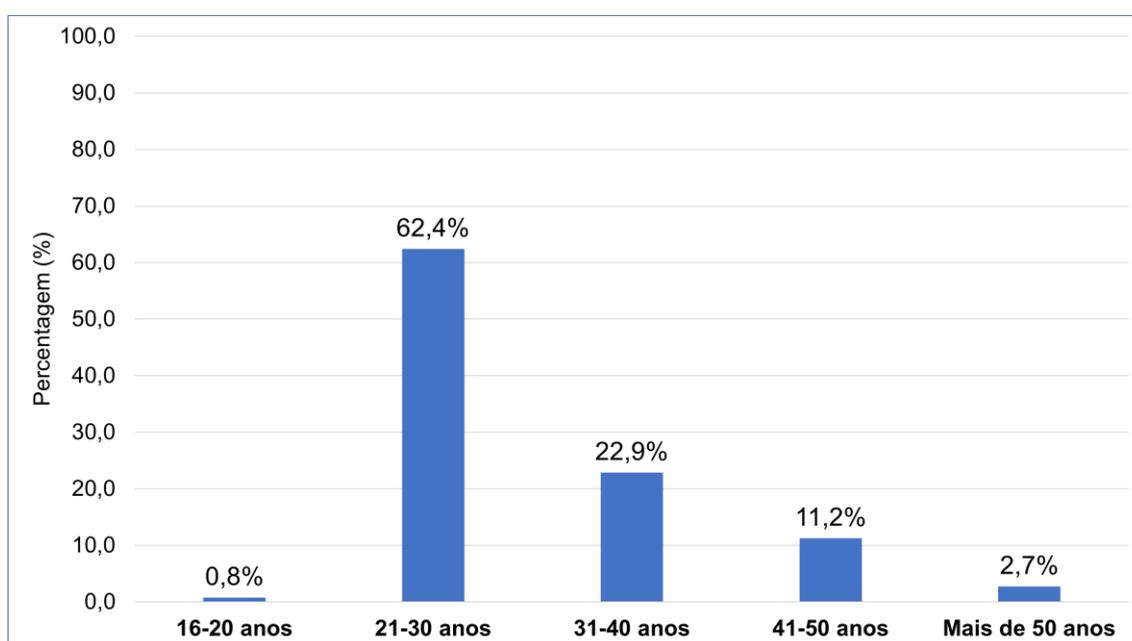
Gráfico 2 – Género dos inquiridos



Para além da predominância de género, procurou-se também encontrar a idade aproximada dos colaboradores de Hotelaria, chegando-se à conclusão mediante as respostas recebidas, que a maioria dos colaboradores de Hotelaria são jovens adultos.

Com uma percentagem de 62,4% (mais de metade), referiram ter entre 21 e os 30 anos de idade. Este indicador mostra-nos que os colaboradores da Hotelaria são na sua maioria jovens, com uma faixa etária compatível com a fase do primeiro emprego após formação no ensino superior (Licenciatura), visto que esta termina, geralmente, por volta dos 21 anos (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Idade dos Inquiridos



Tal constatação é reforçada no gráfico 4, que demonstra mais de metade dos inquiridos com formação de nível superior. Dos inquiridos, 44,6% são licenciados, 9,7% têm um mestrado e 9,3% têm outro tipo de formação pós-graduada. Indicando que por norma, os colaboradores de Hotelaria são formados e muitas vezes até têm formação superior à que é exigida para a categoria profissional que desempenham.

Ainda no seguimento da formação dos colaboradores, verificou-se que grande parte dos colaboradores têm não só formação superior, mas também formação específica na área da Hotelaria ou do Turismo com cerca de 80% das respostas (Gráfico 5). Este indicador mostra que neste setor de atividade é dada importância à formação específica, contribuindo assim para uma maior valorização da atividade profissional ligada à Hotelaria, mesmo que esta, possa passar não só pelo ensino superior, mas também muitas vezes por cursos profissionais reconhecidos na área.

Como é o caso dos cursos das Escolas de Hotelaria e Turismo de Portugal, que preparam os jovens para ingressarem diretamente no mercado de trabalho após os estudos, com formação específica reconhecida e essencialmente prática, adequada às funções que iram exercer e adequadas às necessidades do setor.

Gráfico 4 – Escolaridade/Formação dos inquiridos

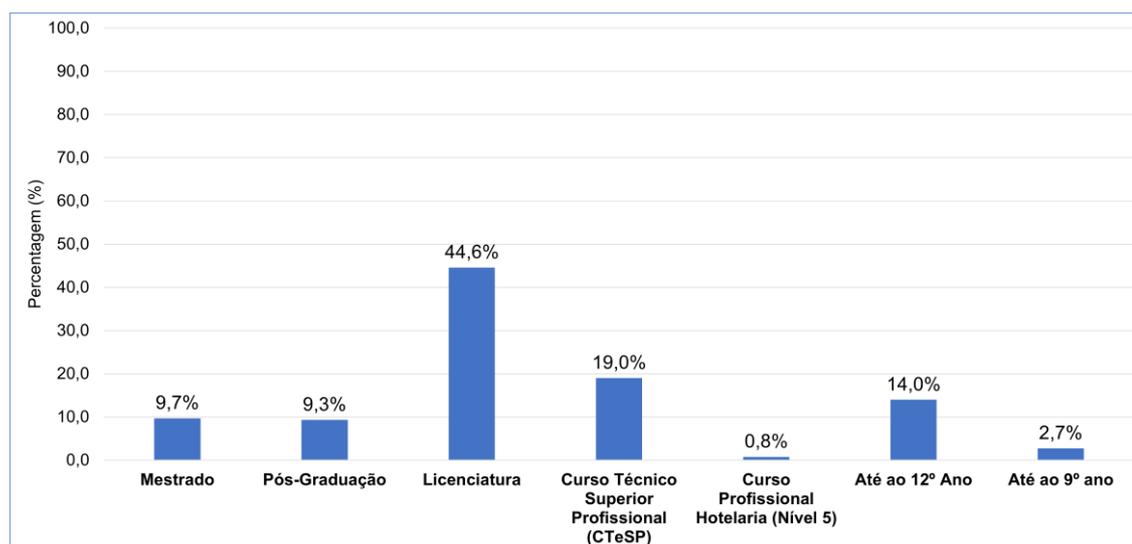
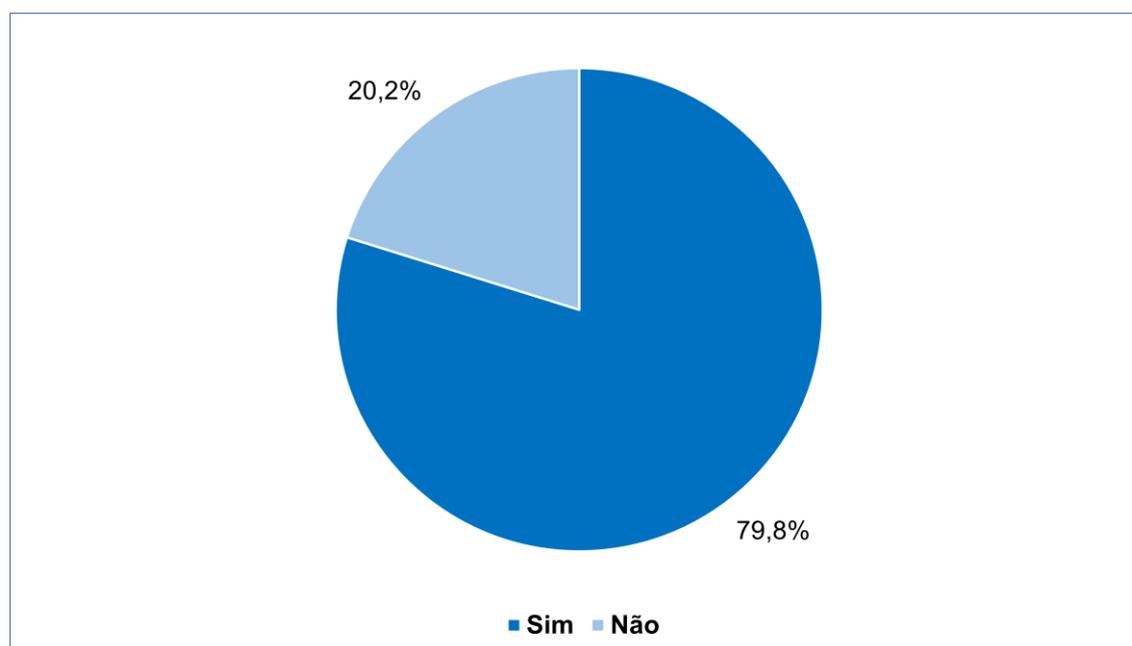


Gráfico 5 – Inquiridos com formação específica em hotelaria

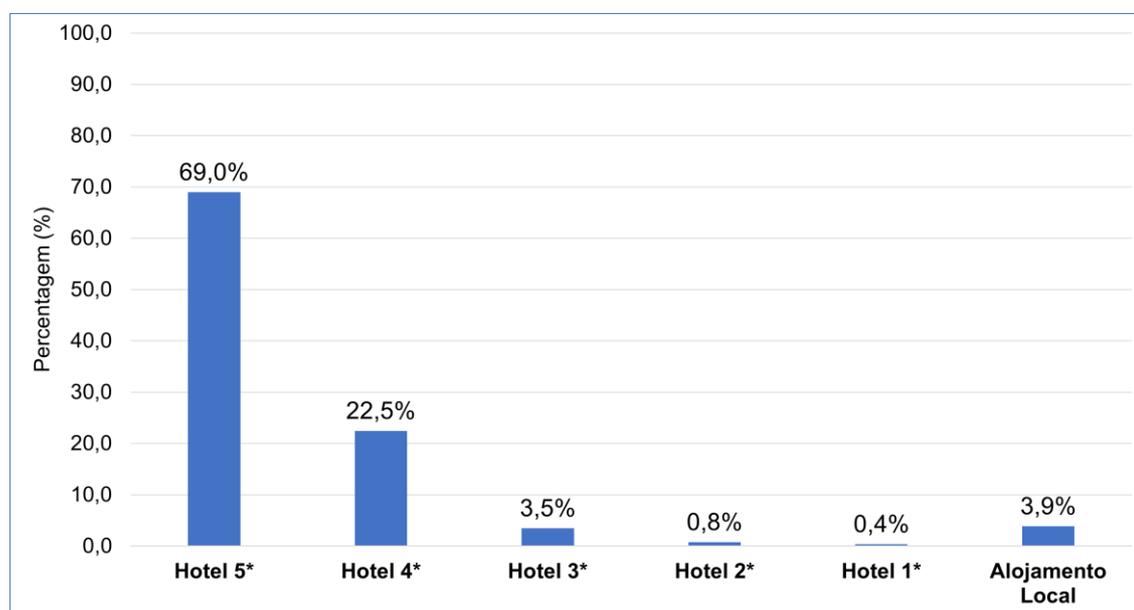


De seguida, procurou-se saber em que categoria de estabelecimento é que os inquiridos trabalhavam ao momento que responderam ao inquérito. Os resultados indicaram que a grande maioria dos inquiridos trabalha ou trabalhou num hotel de cinco estrelas (69%). Cerca de 23% trabalha ou trabalhou num hotel de quatro estrelas e os restantes, com menos percentagem de respostas, indicaram trabalhar num alojamento local ou num hotel de três, duas ou uma estrela.

Desta forma, a amostra agrupa uma percentagem elevada de colaboradores de Hotelaria de categoria superior (4 e 5 estrelas), notando-se uma associação, em termos percentuais, entre inquiridos formados no ensino superior e com formação específica na área da Hotelaria e os estabelecimentos hoteleiros de categoria superior.

Ou seja, tudo indica que a um maior nível de formação corresponde de uma forma geral a melhores oportunidades de carreira. Pelo menos no que diz respeito a oportunidades de emprego em cadeias hoteleiras de luxo ou empresas do setor de categoria superior, sugerindo assim, uma relação direta entre formação superior e categoria de luxo (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Local de trabalho, por classificação de estabelecimento hoteleiro

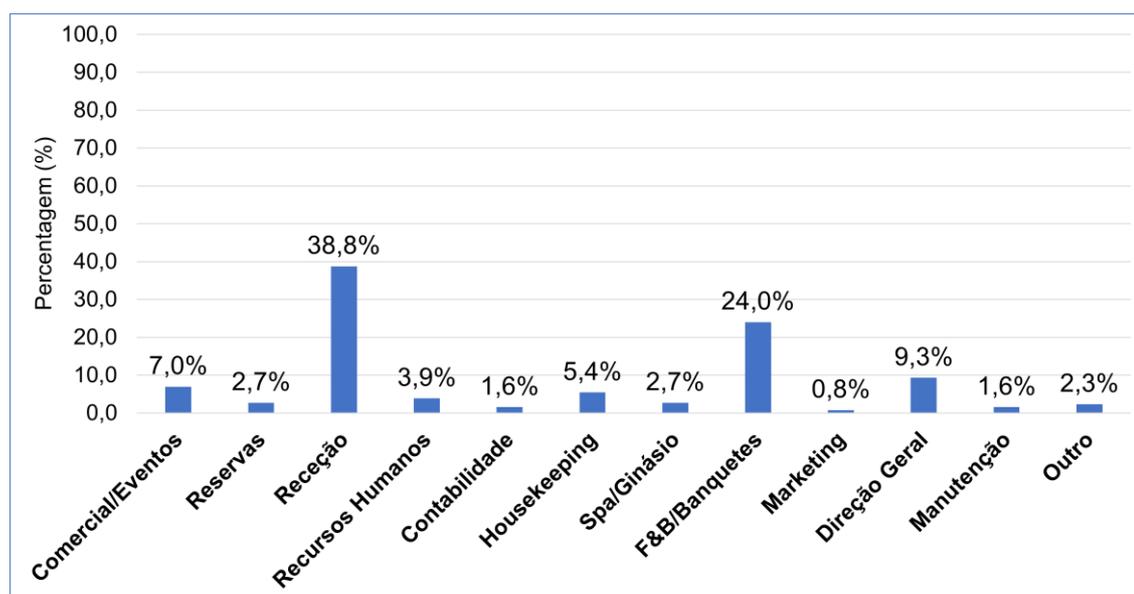


No seguimento do local de trabalho, questionou-se aos inquiridos para além da categoria do estabelecimento, qual o departamento no qual trabalhavam ou trabalham.

Tendo sido verificado, que os inquiridos pertencem principalmente ao departamento de receção (38,8%) e ao departamento de alimentação e bebidas (F&B) (24%). No departamento de direção geral contabilizaram-se apenas 9,3% das

respostas, assim como os restantes colaboradores que pertencem a outros departamentos, nomeadamente, Comercial/Eventos, Reservas, Recursos Humanos, Contabilidade, *Housekeeping* (andares), *Spa*, Marketing, Manutenção, entre outros (Gráfico 7). Desta forma, compreende-se que a maioria dos participantes não pertence ao quadro de direção dos estabelecimentos hoteleiros no qual trabalham.

Gráfico 7 – Local de trabalho, por departamento

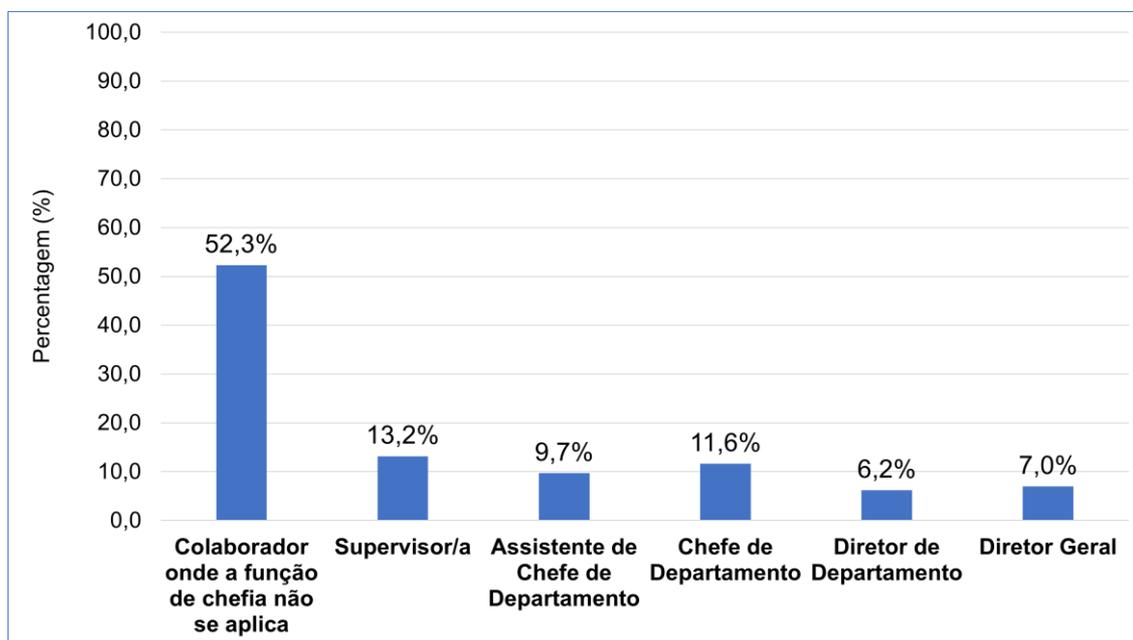


No seguimento do gráfico anterior (gráfico 7), foi verificado que apenas uma pequena percentagem dos participantes tem um trabalho relacionado com a direção geral do estabelecimento hoteleiro. Desta forma, questionou-se aos colaboradores, quais eram as suas categorias profissionais e verificou-se que a categoria profissional predominante é de colaborador em que o cargo de chefia não se aplica (52,3%).

As restantes percentagens indicam várias categorias profissionais, destacando-se, entre elas, a categoria de supervisor com cerca de 13% de respostas, seguindo-se pela categoria de chefe de departamento com cerca de 12% e assistente de chefe de departamento com 9,7% de respostas. Por fim, com menos percentagem ficaram as categorias de diretor geral com 7,0% e diretor de departamento com 6,2% (Gráfico 8).

Estes dados recolhidos na seção sociodemográfica do inquérito, sugerem que os colaboradores de Hotelaria no seu geral, são indivíduos formados, jovens adultos, com formação específica no setor onde trabalham, mas a maioria tem um trabalho que não se aplica à categoria de chefia ou de gerência.

Gráfico 8 – Categoria profissional dos inquiridos



Após a análise de todas as tendências relativamente às categorias e funções dos colaboradores de Hotelaria, pretendeu-se também analisar os tipos de contrato e de remunerações que geralmente estão associados aos colaboradores, com o objetivo de se tentar verificar se existe estabilidade de emprego no setor e se o rendimento nesta área é atrativo ou não (Gráficos 9 e 10).

De acordo com os resultados do inquérito, disponíveis nos gráficos 9 e 10, conferiu-se que cerca de 46% dos colaboradores indicaram estar com contrato efetivo e cerca de 45% responderam que auferiam entre 801€ e 1500€ líquidos por mês. No entanto, também com valores relevantes, 39,5% dos indivíduos indicaram que o seu contrato de trabalho era a termo certo e 43,8% confirmou auferir até 800€ líquidos por mês. Cerca de 11% dos colaboradores indicaram ter um contrato a termo incerto e 4,3% com contrato temporário. Ainda, cerca de 8% indicaram auferir entre 1501€ e 2500€ líquidos por mês e apenas 3,1% indicaram auferir mais de 2500€ líquidos por mês (percentagens referentes aos gráficos 9 e 10).

Segundo o Decreto-Lei n.º 167/2019 publicado pelo Diário da República n.º 224/2019, Série I de 2019-11-21, o valor da retribuição mínima mensal garantida (RMMG) para o ano 2020, a que se refere o n.º 1 do artigo 273.º do Código do Trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro, foi o valor de 635€, tendo entrado em vigor a 1 de janeiro de 2020 e tendo sido aumentado desde o valor do

salário mínimo do ano de 2019 que era de 600€, presente no Decreto-Lei n.º 117/2018, de 27 de dezembro. (DRE, novembro, 2019).

Gráfico 9 – Tipo de contrato de trabalho

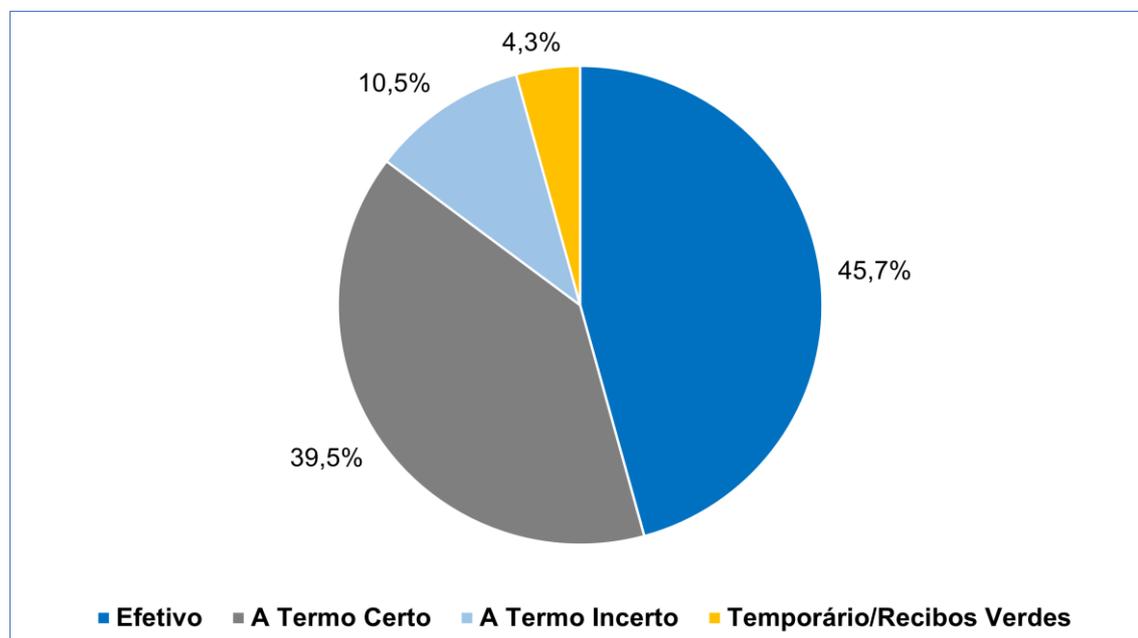
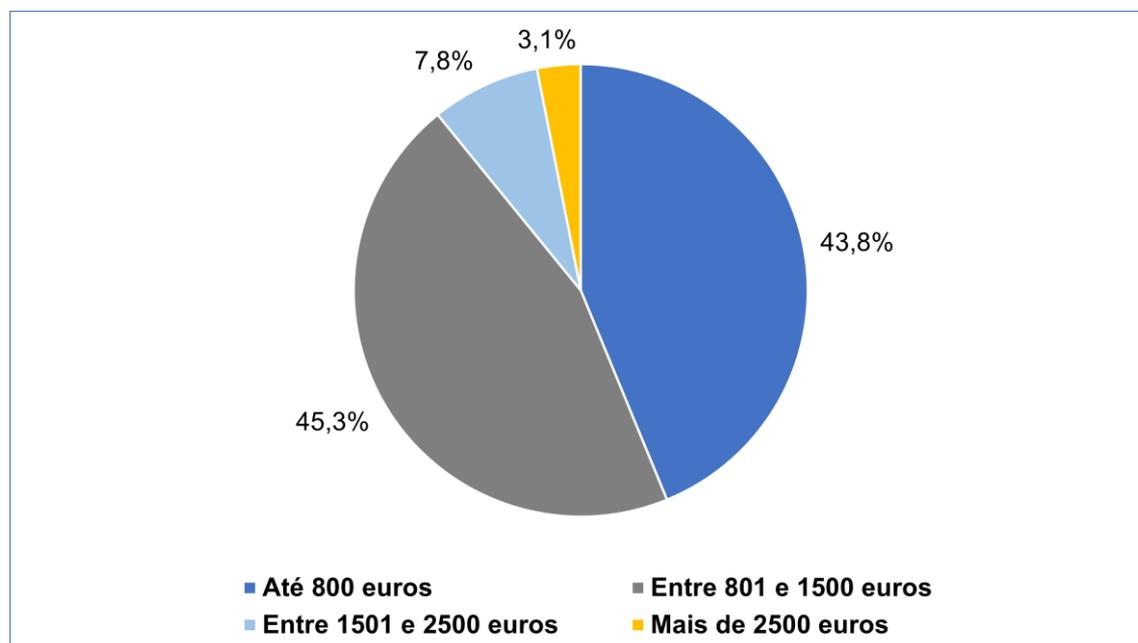


Gráfico 10 – Rendimento médio mensal



Ou seja, tendo em conta o salário mínimo nacional nos anos de 2019 e 2020, foi possível concluir que a maioria dos inquiridos, com cerca de 45% das respostas,

recebem acima do salário mínimo nacional, mas também cerca de 44% recebe até 800€ líquidos por mês (que podem traduzir valores iguais ou próximos do salário mínimo).

Analisou-se que a percentagem de colaboradores com contrato efetivo (45,7%) é muito semelhante à percentagem de colaboradores com vencimentos entre 801 e os 1500 euros (45,3%). O que poderá indicar, que estes dois indicadores poderão estar diretamente relacionados e traduzirem que os colaboradores efetivos serão aqueles que terão um vencimento acima do salário mínimo. Mas por outro lado, os dados demonstram também que, quase metade dos colaboradores auferem até 800 euros (43,8%) e que mais de metade dos inquiridos não têm um vínculo laboral considerado estável (contrato efetivo).

4.2 - Influência do Coronavírus como nova realidade na atividade hoteleira

Com estes inquéritos, tinha-se como um dos objetivos perceber qual seria a dimensão da influência que a pandemia da COVID-19, tem tido no dia-dia do setor da Hotelaria. Um setor que ainda se está a tentar adaptar a esta nova realidade. Sendo assim, pediu-se aos colaboradores que indicassem os principais impactos que o Novo Coronavírus teve no seu contexto de trabalho (gráfico 11).

Gráfico 11 – Impactos da COVID-19 no contexto de trabalho



Dessa forma, pode-se verificar que o impacto que abrangeu a maioria dos colaboradores, foi o regime de *Lay-Off* (75,2%), que os inquiridos indicaram ter estado em algum momento durante o ano de 2020 devido a COVID-19. Um impacto referenciado também com uma percentagem significativa, foi o encerramento temporário do seu local de trabalho (44,6%). Como terceiro maior impacto da COVID-19, os inquiridos revelaram que o seu rendimento mensal diminuiu (36,8%), o que possivelmente foi uma consequência do regime de *Lay-Off*.

Ainda se verificou que alguns trabalhadores, terão perdido o seu emprego devido à pandemia (10,9%), outros continuaram a trabalhar, mas em regime de teletrabalho, e outros continuaram a trabalhar, mas com horários alternados com outros colaboradores a cada duas semanas (4,7%).

Outro impacto referenciado pelos inquiridos foi o acolhimento de profissionais de saúde nos estabelecimentos hoteleiros durante a pandemia (4,3%) e de acolhimento de doentes. Em que 0,4% dos inquiridos indicaram os seus estabelecimentos hoteleiros onde trabalhavam serviram para acolher doentes durante a pandemia. Mas nenhum dos participantes teve o seu local de trabalho encerrado definitivamente à data do inquérito e nenhum participante, experienciou o seu local de trabalho como Hospital de Campanha. Por fim, 3,1% dos participantes disseram que continuaram a trabalhar normalmente apesar da situação de crise.

Ao longo do inquérito aplicaram-se questões baseadas na escala de Likert (1 – Discordo Completamente e 5 – Concordo Completamente) para aferir opiniões, de forma simples, mas concisa, sobre toda a nova realidade que a COVID-19 trouxe para a Hotelaria. Sendo imprescindível para compreender o setor a opinião dos seus colaboradores, que melhor do que ninguém podem descrever a sua experiência e partilhar a sua visão relativamente ao setor no futuro, numa realidade de crise. Neste contexto, questionamos os colaboradores se acham que os estabelecimentos hoteleiros estão bem preparados para lidar com situações de crise (Gráfico 12).

Verificou-se que a maioria dos inquiridos discordaram que os estabelecimentos hoteleiros estão bem preparados para situações de crise com 43,5% de respostas. No entanto, um número significativo de participantes decidiram escolher uma resposta imparcial com um total de 37,2% (gráfico 12).

No seguimento, da pergunta anterior, questionamos os colaboradores, se os estabelecimentos hoteleiros deveriam de preparar-se melhor para situações de crises futuras semelhantes à atual e cerca de 90% dos colaboradores indicaram concordar completamente e concordar, que os estabelecimentos hoteleiros deviam preparar-se melhor para situações de crise como a que vivemos neste momento da COVID-19 (gráfico 13). O que nos indica que os próprios colaboradores, na sua maioria,

acreditam que os estabelecimentos hoteleiros deverão de continuar a apostar numa preparação mais eficaz no futuro, para lidar com situações de crise.

Gráfico 12 – Capacidade dos estabelecimentos hoteleiros em lidar com situações de crise

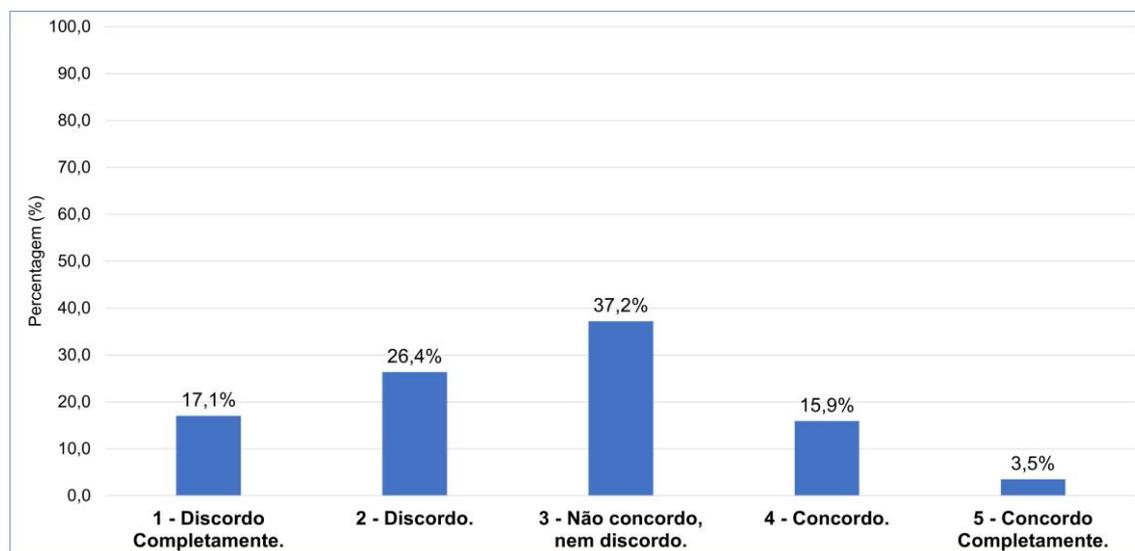
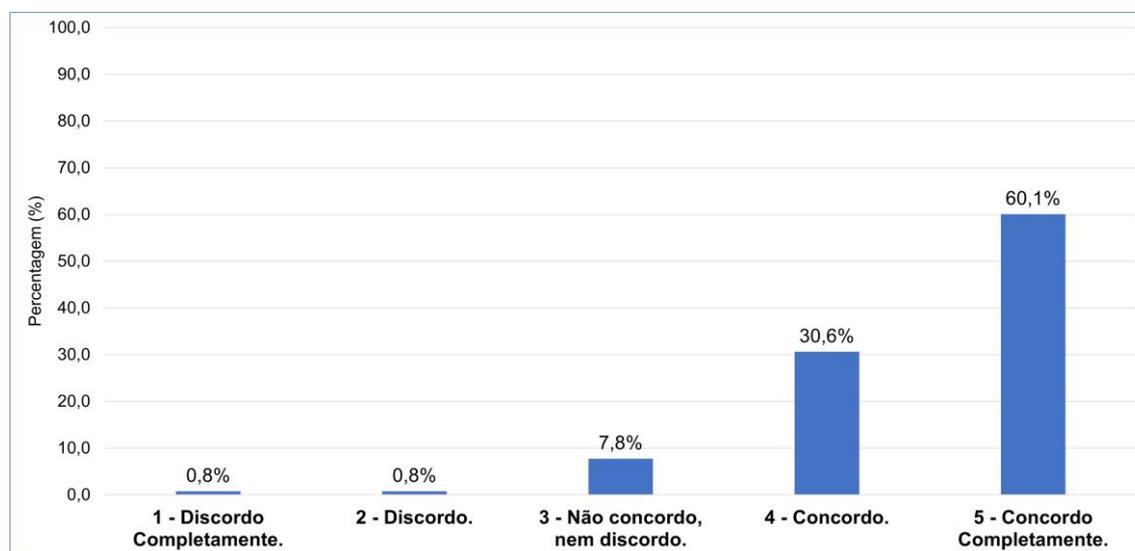


Gráfico 13 – Necessidade dos estabelecimentos hoteleiros se prepararem melhor

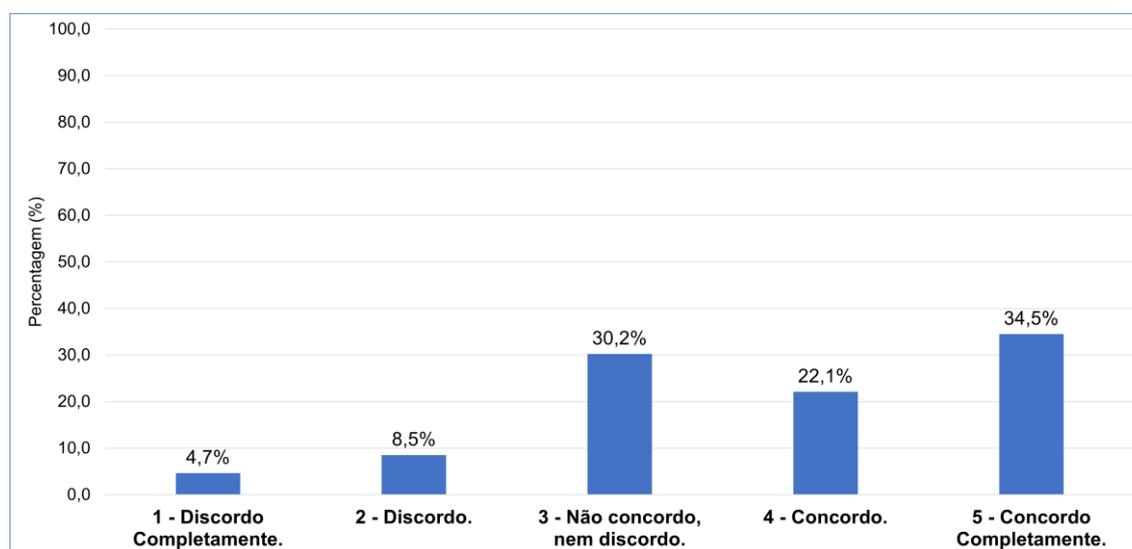


A pandemia causada pelo do Coronavírus, trouxe definitivamente novas formas de encarar o turismo e a hotelaria. Do mesmo modo, os gestores hoteleiros tiveram de se adaptar a uma nova realidade, reorganizar os objetivos das empresas e o contexto dos seus estabelecimentos. Com o aumento das infeções por COVID-19, alguns

alojamentos além de terem sofrido com o encerramento temporário, também serviram para ajudar o país nesta situação de aperto, disponibilizando os seus espaços para acomodar profissionais de saúde que não podiam ir a casa (profissionais de saúde da linha da frente contra a COVID-19) e até doentes COVID-19 que precisassem de alojamento, porque o seu local de residência estava a ser desinfetado (idosos de lares), ou por outras situações que fossem necessárias.

Posto isto, questionamos os colaboradores de Hotelaria sobre o que achavam sobre os estabelecimentos hoteleiros estarem por norma, sempre preparados para acolher doentes em situações de crise como esta e cerca de 35% concordaram completamente e 22,1% concordaram com a afirmação. No entanto, cerca de 30%, não quiseram tomar partido nesta afirmação, abstendo-se assim de uma resposta concreta. De qualquer forma, conclui-se que a maioria concorda que os estabelecimentos hoteleiros devem estar preparados para acolher doentes em situações de crise (gráfico 14).

Gráfico 14 – Acolhimento de doentes COVID-19 nos estabelecimentos hoteleiros

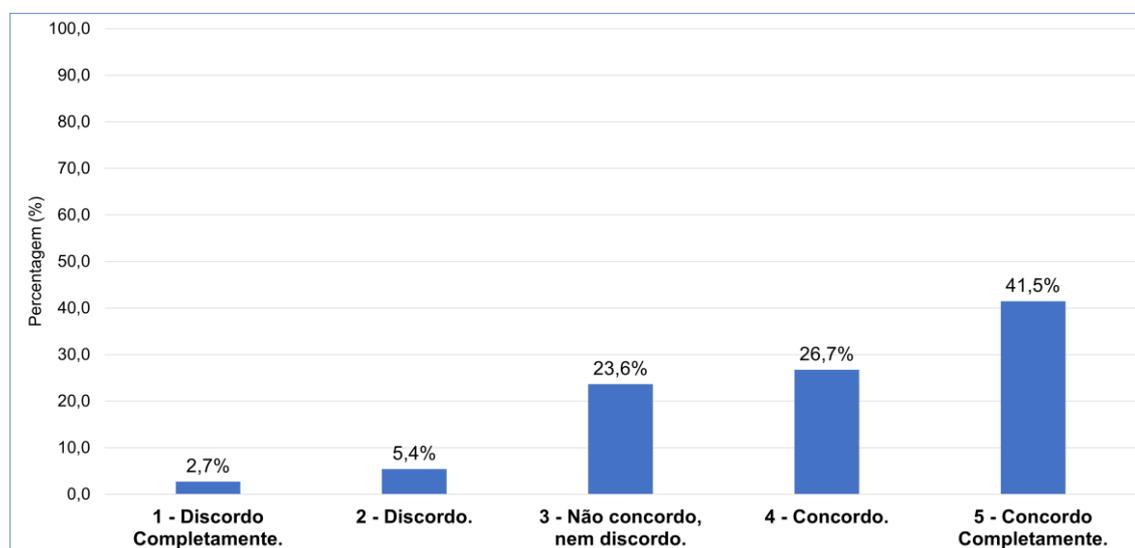


Como referido anteriormente, os estabelecimentos hoteleiros foram solicitados para ajudar a ultrapassar esta situação de pandemia, ao permitir que os alojamentos fossem ocupados para esses mesmos fins. O que inclui também o alojamento se necessário, para profissionais de saúde da linha da frente.

Abordou-se esta questão aos colaboradores e verificou-se que cerca de 42% concordam completamente que os estabelecimentos hoteleiros devem estar preparados para receber profissionais de saúde em situações de crise e ainda 26,7% sendo a maioria, concordaram com a afirmação. Ainda assim, cerca de 24% preferiu

não dizer a sua opinião concreta e 5,4% discordou e a minoria de 2,7% discordou completamente (gráfico 15).

Gráfico 15 – Acolhimento de profissionais de saúde nos estabelecimentos hoteleiros



Assim como as medidas anteriores de apoio à saúde pública, também os estabelecimentos hoteleiros tiveram o dever, caso fosse necessário, de cederem os seus espaços para serem transformados temporariamente em hospitais de campanha.

Perguntamos a opinião aos colaboradores sobre este assunto e cerca de 30% das respostas (valor mais alto), quiseram abster-se de dar uma opinião concreta sobre os estabelecimentos hoteleiros estarem sempre preparados para serem transformados em hospitais de campanha em situações de crise, caso seja necessário.

Com a segunda percentagem mais alta de 27,9%, indicaram concordar completamente e 20,5% concordar com a medida, o que acaba por ser a opinião com mais peso, sendo então concluído que apesar de alguns colaboradores não quererem se dirigir a esta pergunta específica, os que responderam tiveram como maioria de concordar que os estabelecimentos hoteleiros devem de estar sempre preparados para se tornarem hospitais de campanha em situações de crise.

Com as percentagens mais baixas foi a de 13,6% a discordar e a de 7,8% a discordar completamente com a afirmação. Em suma, como já referido, os colaboradores concordam que em caso de necessidade, os seus locais de trabalho devem estar preparados para servirem como hospitais de campanha (gráfico 16).

Em continuidade com a abordagem da crise pandémica nos estabelecimentos hoteleiros, questionou-se aos participantes, que exprimissem a importância que a formação específica em gestão de crises tem ou não para o dia-dia no seu trabalho.

Desta forma, pedimos que nos indicassem se achavam que os cursos técnicos ou profissionais e os cursos superiores específicos das áreas da Hotelaria e do Turismo deveriam de ter módulos ou formações específicas sobre gestão de crises. E a maioria dos colaboradores indicaram que concordavam completamente (65,1%) e concordavam (24,8%), que os seus cursos deveriam de contemplar formações específicas para gestão de crises diversas que possam surgir e em específico para o tipo de crise atual como a da COVID-19. (Gráfico 17).

Gráfico 16 – Utilização dos estabelecimentos hoteleiros como hospitais de campanha

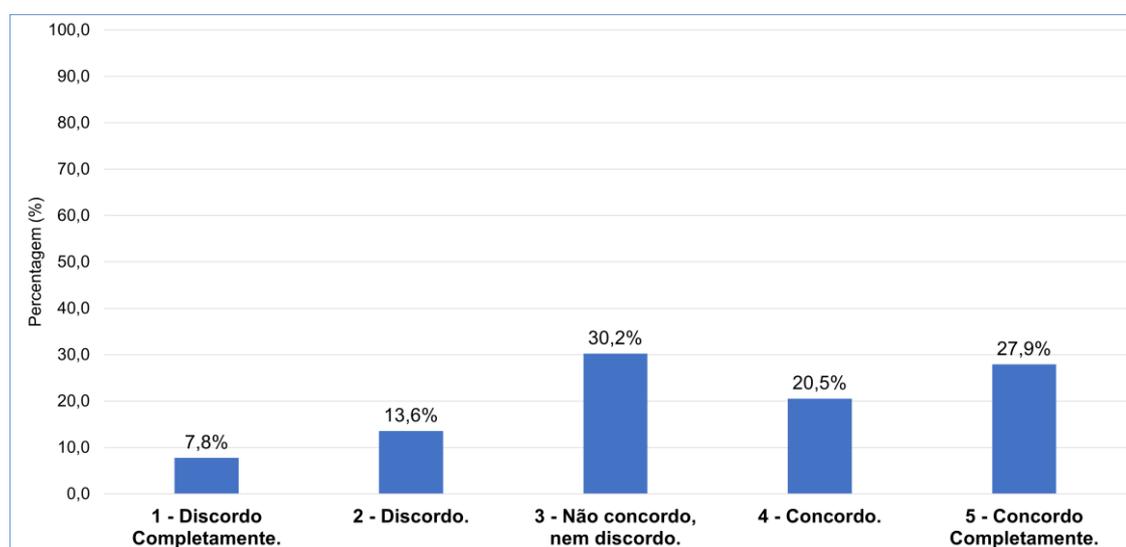
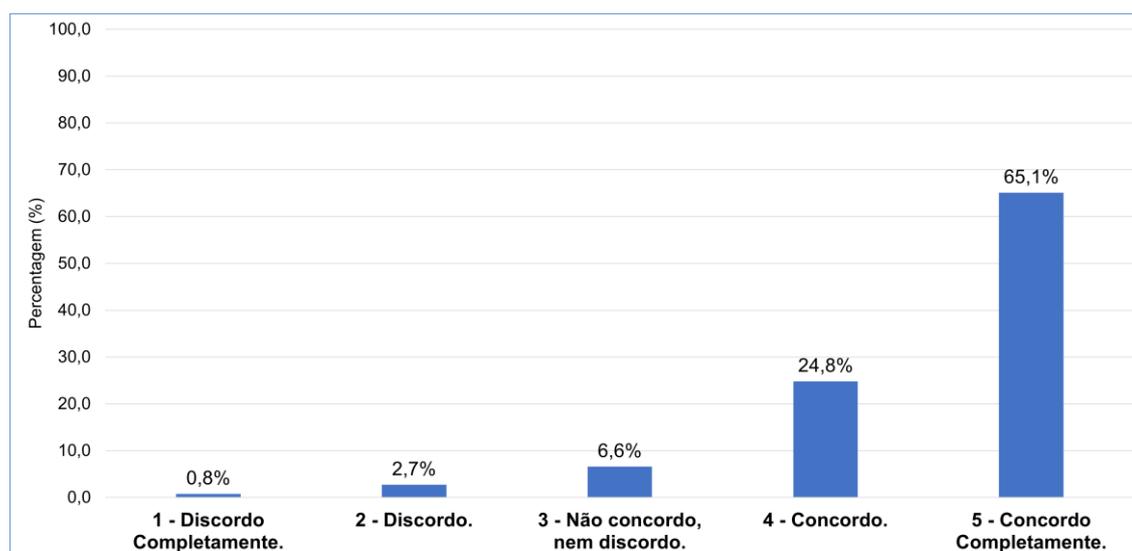


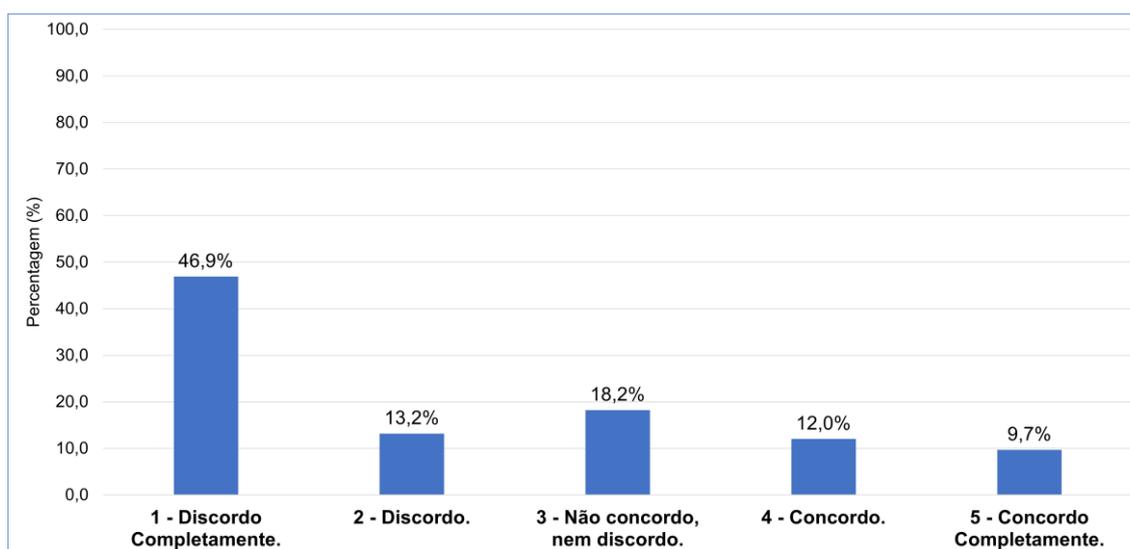
Gráfico 17 – Importância da formação específica em gestão de crises



Com todas estas mudanças bastante desafiantes no dia-dia do trabalho dos colaboradores da Hotelaria e do impacto negativo que a pandemia teve no setor. Tentou-se perceber se, devido a esta pandemia os colaboradores ponderavam ou não mudar de profissão.

A maioria, com cerca de 47% das respostas, indicou discordar completamente com a afirmação e ainda 13,2% discordaram também. No entanto, apesar da maioria discordar com a afirmação, houve cerca de 18% que não se manifestou sobre o assunto, e sendo o segundo maior número de respostas, sugere que muitos dos colaboradores ainda não tenham uma opinião formada sobre a possibilidade de mudar de profissão devido à COVID-19. Pois, podem ainda estar em processo de ponderar ou não mudar de profissão e toda a incerteza que a pandemia trouxe, com certeza que não facilitará a decisão dos colaboradores (Gráfico 18).

Gráfico 18 – Perspetivas sobre a possibilidade de mudar de profissão devido à COVID-19



Assim como se confirmou que a maioria dos colaboradores não pensa em mudar de profissão, também perguntamos o que pensavam sobre a progressão na carreira em tempos de COVID-19. Se achavam que poderiam ter menos possibilidade de progredir no futuro devido à situação pandémica atual ou não.

Curiosamente, não houve consenso nesta questão, pois as percentagens de respostas foram pouco esclarecedoras, indicando que os colaboradores não têm uma opinião comum sobre o assunto, transparecendo que muitos dos colaboradores estão em situações distintas da sua carreira, em que têm menos ou mais possibilidade de progressão e mais ou menos positivismo sobre a situação (Gráfico 19).

Gráfico 19 – Maior dificuldade na progressão de carreira em tempo de pandemia

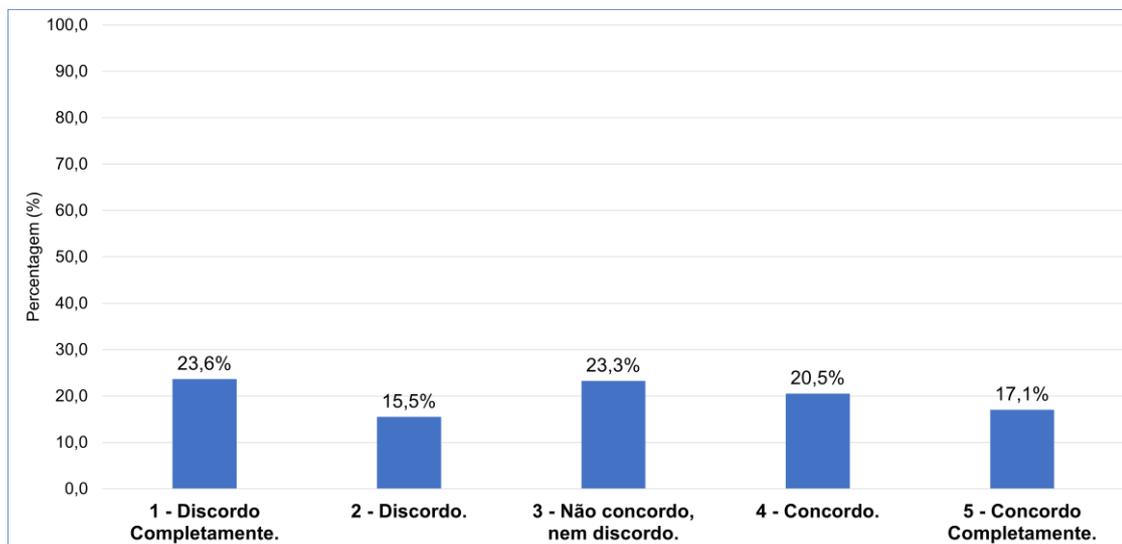
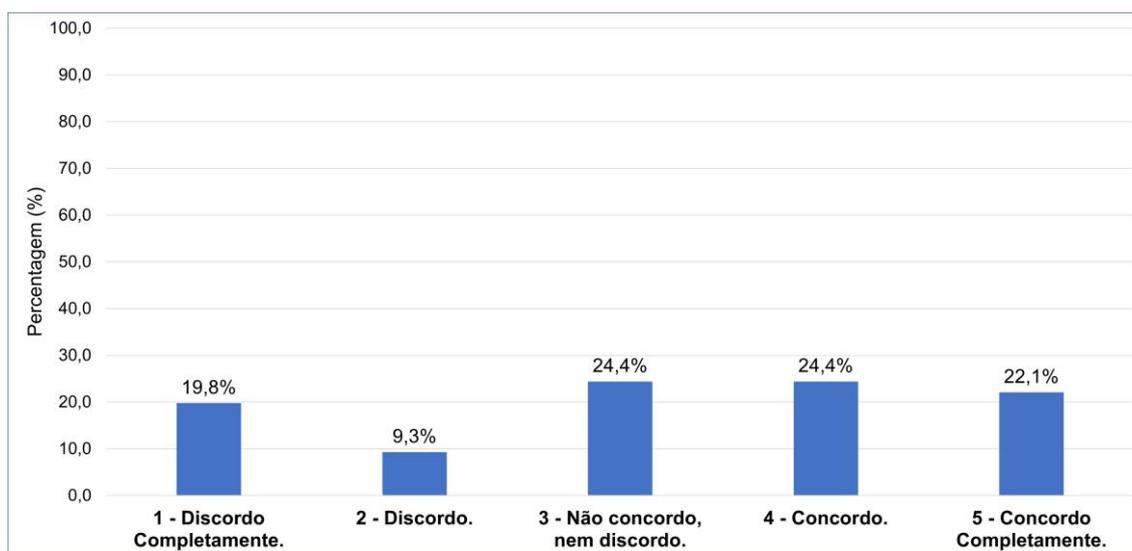


Gráfico 20 – Maior dificuldade em conseguir um novo emprego na hotelaria durante a pandemia



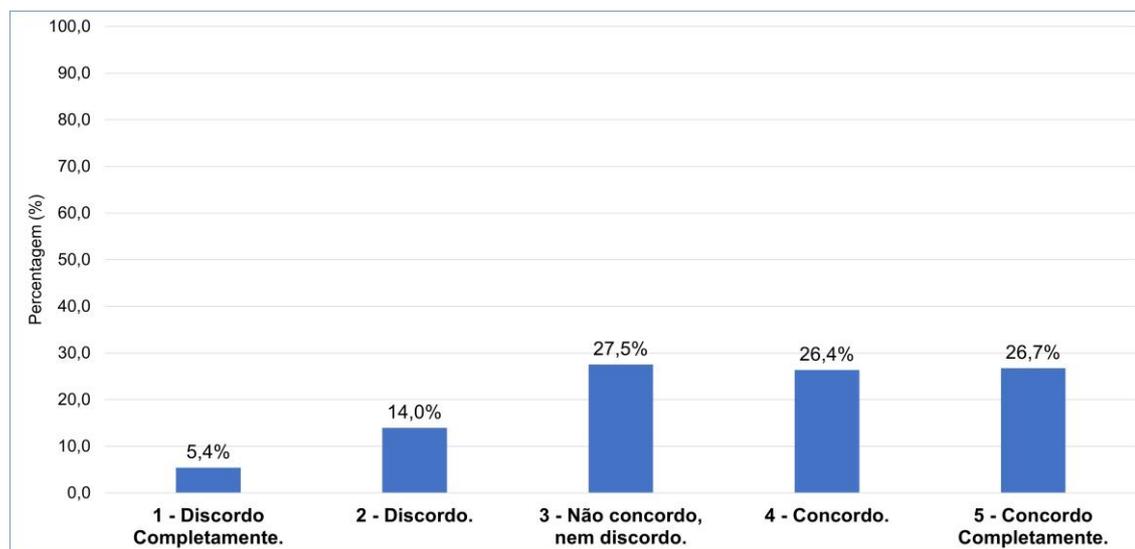
O contexto laboral de cada colaborador será diferente, contudo, a maior preocupação poderá passar pela maior ou menor capacidade de resiliência das empresas empregadoras, perante a crise. Procurou-se entender a percepção por parte dos colaboradores relativamente às oportunidades de novos empregos, tendo sido pedido para indicarem se concordavam ou não que, devido ao contexto do Novo Coronavírus, teriam menos possibilidade em conseguir um novo emprego no setor.

Concluiu-se que a maioria dos participantes concordam (cerca de 25%) ou concordam completamente (cerca de 22%) que terão menos possibilidade em

conseguir um novo emprego no setor devido à pandemia. No entanto, cerca de 25% não concordaram, nem discordaram da afirmação e ainda, cerca de 20% discordaram completamente. Estes resultados indicam que a maioria pensa que poderá ser difícil arranjar um novo emprego em tempos de pandemia, evidenciando deste modo uma forte insegurança e incerteza relativamente ao mercado de trabalho neste setor (Gráfico 20).

Por fim, pediu-se aos colaboradores que partilhassem a sua opinião se os setores da Hotelaria e do Turismo iriam surgir mais fortalecidos após a superação da crise ou não. E a maioria dos colaboradores acredita (26,4% concordam e 26,7% concordam completamente) que os setores do Turismo e da Hotelaria irão superar a pandemia e tornar-se mais fortes ao lidar com eventuais crises futuras (Gráfico 21).

Gráfico 21 – Perspetivas sobre a recuperação do setor após a crise



4.3 - Principais medidas implementadas na Hotelaria devido à COVID-19

Após se ter analisado o perfil dos colaboradores de Hotelaria e a influência que a pandemia está a ter no setor, segue-se a análise das principais medidas implementadas pelos estabelecimentos hoteleiros, numa tentativa de prevenir infeções da COVID-19 e proteger tantos os seus clientes como os seus colaboradores. Dessa forma, perguntamos aos participantes quais as principais medidas que foram tomadas pela unidade hoteleira no qual trabalhavam para fazer face ao impacto da COVID-19 (Gráfico 22).

A medida que mais estabelecimentos hoteleiros utilizaram foi disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas e gel desinfetante) aos colaboradores, mas apenas após o início da pandemia (cerca de 59% indicou), e não tinham por hábito ter estes artigos disponíveis antes da pandemia.

De seguida, as medidas mais indicadas pelos colaboradores foram a disponibilização de equipamentos de proteção individual a hóspedes e a disponibilização de formação específica para gerir crises, após o início da pandemia (em ambos os casos contabilizaram cerca de 32% das respostas).

Com menos percentagem surgem os estabelecimentos hoteleiros que já tinham por norma disponibilizar os equipamentos de proteção individual e formar os seus colaboradores para crises com cerca de 20%.

Desta forma, verificou-se, que a maioria dos estabelecimentos hoteleiros não estavam preparados antes da pandemia para uma eventual crise de preocupação mundial de saúde pública (Gráfico 22). O que nos leva para a questão seguinte, onde perguntamos aos colaboradores se achavam que os estabelecimentos hoteleiros devem disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas e gel desinfetante) aos hóspedes e aos colaboradores sempre e não apenas em certas ocasiões. E cerca de 79% dos inquiridos concordou completamente com a afirmação (Gráfico 23).

Gráfico 22 – Principais medidas de combate à pandemia

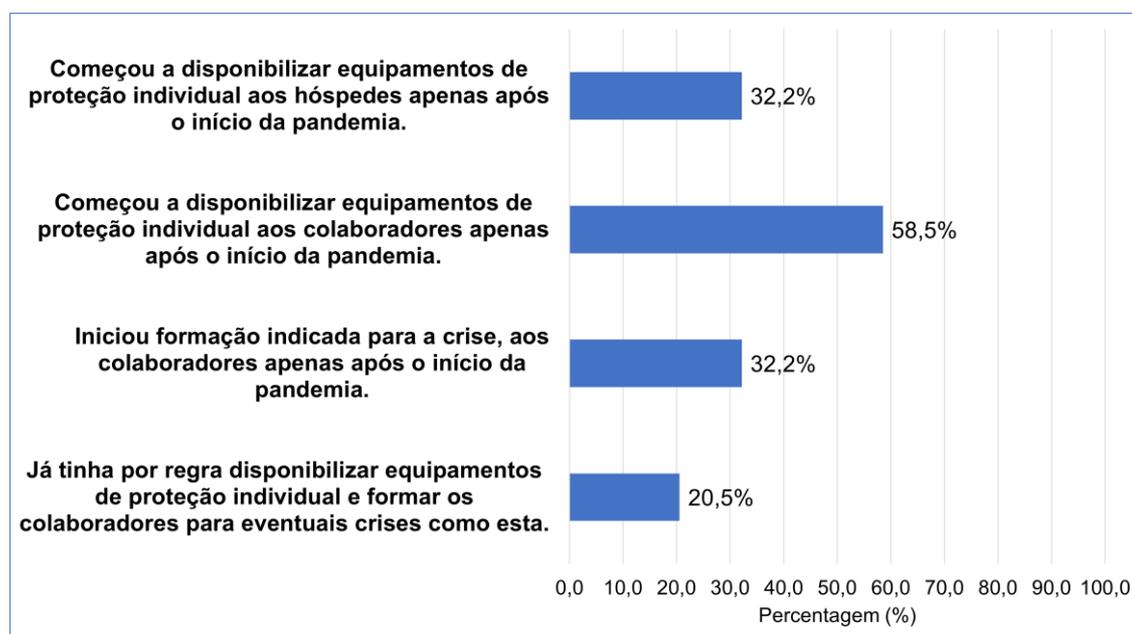
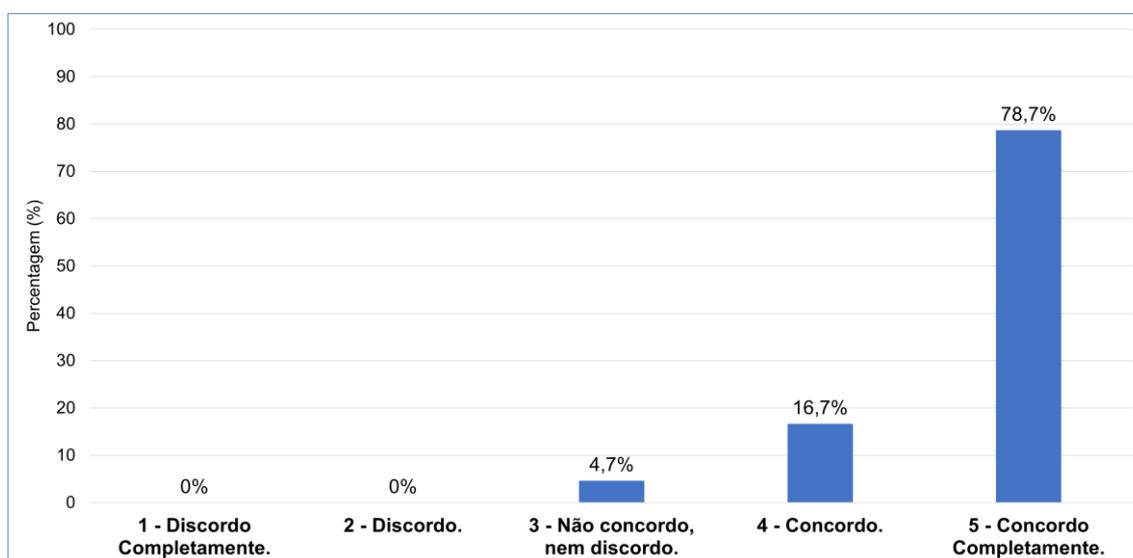


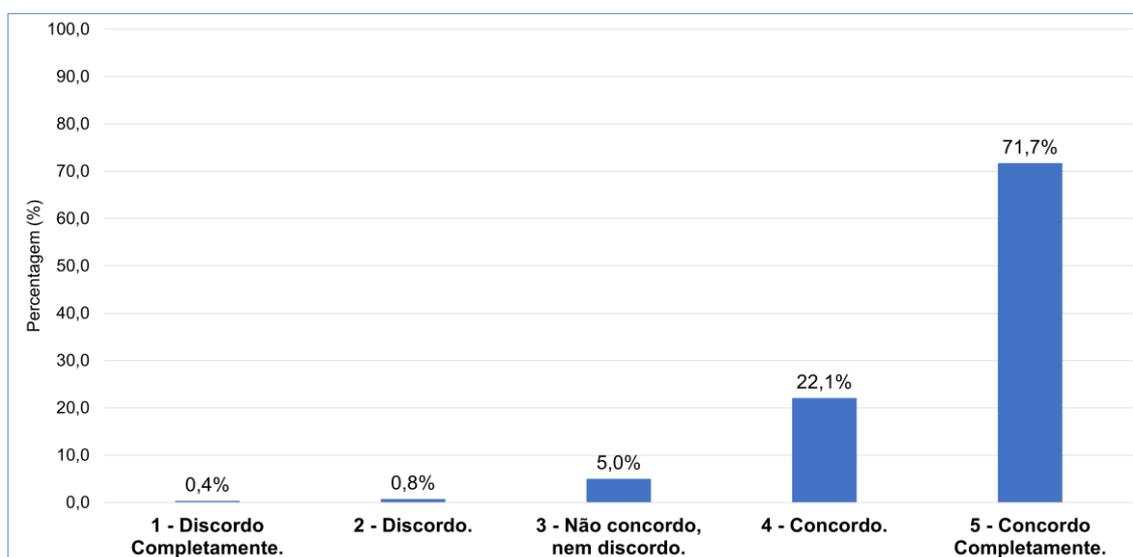
Gráfico 23 – Disponibilização permanente de equipamentos de proteção individual



Também questionámos os colaboradores se achavam que os estabelecimentos hoteleiros deviam proporcionar formação específica aos colaboradores para gerir crises, como a crise pandémica. A maioria dos colaboradores (72%) concordaram completamente com a afirmação e cerca de 22% também concordaram (Gráfico 24).

Estes resultados, indicam-nos que os colaboradores de Hotelaria, realmente acham importante e indispensável terem formação na área de gestão de crises, mas também que os estabelecimentos hoteleiros devem proporcionar sempre aos seus funcionários formações específicas deste género, de forma a preparar os seus colaboradores da melhor forma possível, antes das crises acontecerem.

Gráfico 24 – Formação de trabalho para gerir crises



CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E PROPOSTAS FUTURAS

5.1 - Conclusões

Após a análise das respostas do inquérito, sobre os impactos do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria, na perspectiva dos colaboradores, conseguiu-se identificar o perfil aproximado dos colaboradores de hotelaria em Portugal, que era um dos objetivos desta investigação. O perfil analisado mostra-nos que há um equilíbrio no género, sendo um setor onde trabalham tanto homens como mulheres, geralmente de idade jovem, aproximadamente entre os seus 21 e os 30 anos de idade, com formação maioritariamente superior, maioritariamente com o grau de Licenciatura, quer na área da Gestão Hoteleira ou quer do Turismo (80%). Estes indicadores mostram, deste modo, que grande parte dos colaboradores deste setor são jovens adultos, provavelmente na sua primeira experiência de trabalho no setor do turismo ou da hotelaria. Indicam também que os colaboradores com formação superior especializada conseguem tendencialmente trabalhar em hotéis de categoria superior (69% dos inquiridos trabalha em hotéis de 5 estrelas e 23% em hotéis de 4 estrelas).

No entanto, apesar dos colaboradores de hotelaria terem na sua maioria formação adequada à sua função específica na área do turismo ou da hotelaria, grande parte não tem outros conhecimentos relativos a lidar com situações de crises sanitárias ou, crises de outros tipos (65% dos colaboradores disseram que eram a favor dos cursos superiores ou técnicos da área do turismo e hotelaria aprofundarem o tema de gestão de crises), pois segundo os colaboradores, os estabelecimentos, na sua maioria, apenas iniciaram formações relativamente à crise pandémica após o seu início, o que nos indica que, por norma, não existia uma preocupação em formar os colaboradores para eventuais crises como esta. Os restantes dados recolhidos, indicaram também que a maioria dos colaboradores têm uma função profissional que não implica um cargo de chefia (52%), maioritariamente nos departamentos da Receção (39%) ou do F&B (24%) (*Food and Beverage*, normalmente referente à restauração e bar dos hotéis), com um contrato de trabalho efetivo (48%), auferindo entre os 801€ e os 1500€ líquidos por mês (45%), o que nos indica que a tendência é de existir, na sua maioria, estabilidade nos vínculos entre os colaboradores e as empresas do setor. Deste modo, foi possível confirmar em parte a **Hipótese 1**, ou seja, verificou-se que os colaboradores de hotelaria têm formação adequada, tendo em conta não só a formação específica na área do turismo e da hotelaria. Contudo,

assume-se que a formação específica para lidar com situações de crise, especialmente a formação ministrada nos cursos técnicos e superiores, deverá estar mais presente nos programas de formação.

O segundo objetivo passava por tentar perceber de que modo a COVID-19 influenciou a atividade hoteleira, de forma a se identificar os impactos causados pela mesma. Tendo sido confirmado que os principais impactos devido à COVID-19 para os colaboradores foram a perda de rendimento (37%) ou do seu emprego (11%). Grande percentagem dos inquiridos indicou estar ou ter estado a trabalhar em regime de *Lay-Off* (75%), o que em muitos casos contribuiu para a diminuição do rendimento mensal e alteração de horários de trabalho com mudança de equipa/horário a cada duas semanas (5%). Muitos responderam que os seus locais de trabalho encerraram temporariamente (45%), em alguns casos serviram para acolher profissionais de saúde (4%) ou para acolher doentes (0,4%) e nenhum colaborador indicou, à data do inquérito, que o seu local de trabalho tenha encerrado permanentemente ou que tenha sido transformado em hospital de campanha. Uma pequena parte dos colaboradores continuaram a trabalhar normalmente (3%). Após a análise destes indicadores, concluiu-se que efetivamente a maioria dos colaboradores sentiu os impactos variados que a COVID-19 provocou na sua atividade profissional e no seu emprego atual.

No contexto dos inúmeros impactos que a COVID-19 teve no dia-dia dos colaboradores, verificou-se que os colaboradores tendem a achar que os estabelecimentos não estão bem preparados para fazer frente a situações de crise (44% das respostas) e que os estabelecimentos hoteleiros deviam preparar-se melhor para lidar com situações de crise (90% das respostas).

Esta pandemia veio efetivamente alterar a realidade da hotelaria, pois numa situação como esta, os impactos causados implicaram muitos transtornos, desde a perda de clientes, à alteração de espaços físicos dos alojamentos que se viram obrigados a adaptar-se a pedido de entidades como o governo e a direção geral de saúde, devido às proporções que os números de casos de infeções tiveram. Desta forma, analisou-se a opinião dos colaboradores sobre estas mudanças e 57% indicaram estar de acordo que os estabelecimentos hoteleiros devem estar sempre preparados para acolher doentes em situações de crise, 69% indicaram também concordar que devem estar preparados para acolher profissionais de saúde em caso de crise, mas menos colaboradores revelaram concordar com o facto dos hotéis e alojamentos terem de estar preparados para servir como hospitais de campanha (48%).

Após tudo isto, pedimos aos colaboradores que indicassem quais eram as perspectivas futuras quer ao nível do seu emprego atual, quer ao nível de perspectivas futuras de desenvolvimento de carreira e 60% dos colaboradores não pensam em mudar de profissão, mesmo atravessando esta fase complicada no setor. Já relativamente à progressão de carreira, as respostas foram pouco uniformes o que nos indica que os colaboradores não têm uma opinião comum sobre o assunto, o que transmite que muitos dos colaboradores estão em situações distintas da sua carreira em que têm menos ou mais esperança sobre o assunto. No seguimento da abordagem ao mercado de trabalho, pediu-se aos colaboradores que nos indicassem a ideia que tinham de como seria arranjar um novo emprego nesta altura de crise. Os resultados indicaram que a maioria pensa que poderá ser difícil arranjar um novo emprego em tempos de pandemia (46,5%), evidenciando falta de confiança no mercado de trabalho. No entanto, apesar do contexto difícil, a maioria dos colaboradores acredita que os setores do turismo e da hotelaria irão superar a pandemia e tornar-se mais fortes para eventuais crises futuras (53%). Neste contexto, foi possível confirmar a **Hipótese 2**, verificando-se que a COVID-19 teve impacto na atividade profissional dos colaboradores da hotelaria, quer ao nível do emprego atual, quer ao nível de perspectivas futuras de desenvolvimento de carreira.

Por fim, o terceiro objetivo desta investigação era identificar as principais medidas implementadas de combate aos efeitos do Coronavírus na hotelaria. Concluiu-se que a medida que mais estabelecimentos hoteleiros utilizaram foi disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas e gel desinfetante) aos colaboradores, mas apenas após o início da pandemia (59%), sendo que não tinham por hábito ter estes artigos disponíveis. A segunda medida mais indicada pelos colaboradores foi a disponibilização de equipamentos de proteção individual a hóspedes apenas após o início da pandemia (32%), e a disponibilização de formação específica de para gerir a crise (32%), após o início da pandemia. As medidas menos utilizadas pelos estabelecimentos hoteleiros foram os que já tinham por norma disponibilizar os equipamentos de proteção individual e formar os colaboradores para situações de crises, mesmo antes da pandemia (20%). O que indica que, no geral, a maior parte dos estabelecimentos hoteleiros não estavam preparados para uma crise desta dimensão, ao que 79% dos colaboradores indicaram que os estabelecimentos hoteleiros devem disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas e gel desinfetante) aos hóspedes e aos colaboradores sempre e não apenas em certas ocasiões e, ainda, 62% concordaram completamente que os estabelecimentos hoteleiros devem proporcionar formação específica aos colaboradores para gerir crises.

Com esta nova experiência, o setor hoteleiro ficou mais bem preparado para lidar com situações de crise no futuro, quer através da experiência acumulada durante a crise pandémica, quer através dos programas de formação e certificação implementadas nas unidades hoteleiras como é o caso da certificação *Clean & Safe*. No entanto, apesar do setor da hotelaria ficar mais bem preparado para lidar com situações de crise semelhantes a esta, no futuro deverá continuar a dar-se atenção a este tipo de perigo. Considera-se necessário haver uma maior preocupação e investimento na formação e educação em gestão de crises de uma forma mais presente, pois como já se verificou no passado (crises económicas, sociais, etc.), as crises podem surgir em qualquer momento, originadas por diferentes fatores. Neste contexto, foi possível confirmar a **Hipótese 3**, constatando-se que o setor hoteleiro ficou mais bem preparado para lidar com situações de crise no futuro, quer através da experiência acumulada durante a crise pandémica, quer através dos programas de formação e certificação implementadas nas unidades hoteleiras.

Para finalizar, importa salientar que a COVID-19 está a ter um forte impacto no setor da hotelaria, quer a nível do contexto de trabalho dos colaboradores (horários, rendimento, falta de clientes, entre outros), quer ao nível do próprio funcionamento e gestão das empresas nas quais trabalham (medidas de prevenção, reinvenção através do marketing & vendas para permanecer ativo no mercado, entre outras). Todo este contexto reforça a importância do tema estudado e apresentado na presente dissertação, mas também reforça a necessidade de se continuar a investigar os impactos desta e de outras crises no setor do turismo. Deste modo será possível contribuir de uma forma mais eficaz para um setor mais forte e resiliente.

5.2 - Limitações

Neste trabalho foram encontradas algumas dificuldades durante a sua realização, sendo uma delas o contexto de realização não só da revisão de literatura, mas principalmente do inquérito, que se pretendia terminado durante a pandemia.

À data, longe de imaginar que as medidas de combate à pandemia iram durar tanto tempo. O confinamento fez com que a única opção para realização do inquérito fosse através de um questionário *online*, de forma a conseguir chegar ao maior número de pessoas possível e o mais rapidamente possível.

O número total de respostas foi de 258, bastante positivo devido às circunstâncias. Contudo, caso tivesse havido oportunidade de entregar questionários diretamente nos estabelecimentos hoteleiros pensa-se que o número de respostas

teria sido mais elevado. Por outro lado, pensa-se também que o facto de se tratar de uma altura em que os colaboradores e a maioria da população estiveram em confinamento tenha ajudado a um maior número de respostas por via *online*. A principal limitação do estudo prende-se, portanto, com a amostra recolhida, que se pretendia mais abrangente e representativa em termos geográficos.

5.3 - Perspetivas Futuras de Investigação

No que diz respeito a futuras linhas de investigação, seria pertinente trabalhar uma maior abrangência territorial, incluindo Açores e Madeira, pois foram as regiões das quais não se conseguiu obter nenhuma resposta para o inquérito.

Também como sugestão para futuras investigações, seria continuar a explorar o tema de Gestão de Crises (*Crises Management*) nos setores do Turismo e da Hotelaria, com mais estudos nesta área de maneira a serem úteis para gestão de futuras crises, quer sejam de carácter de saúde, social, económico, entre outras. Sugeria, no entanto, com foco em Portugal, devido ao peso que o turismo tem na economia do país e sendo um setor bastante afetado com as medidas de combate à pandemia, com redução de viagens internacionais, confinamento e encerramento de estabelecimentos. No entanto, mesmo qualquer estudo que poderá vir a ser realizado com foco em Portugal ou noutros países ou regiões, serão sempre estudos que podem vir a ser pertinentes a nível mundial devido à amplitude e multidisciplinariedade que define o turismo.

Tanto o setor do turismo como o setor da hotelaria dependem da participação física dos seus clientes e se não existirem outras formas de rentabilizar os negócios do setor, poderão eventualmente não conseguir sobreviver a outras crises futuras, principalmente sem qualquer preparação ou formação, como se verificou neste caso particular de crise de saúde pública mundial. O que também se torna uma oportunidade para a criação de novas e melhoradas medidas para agir em situações de crise no setor do turismo e reinventar a forma de fazer turismo, através do avanço da tecnologia e da criatividade das pessoas que trabalham e estudam esta área, se possa obter novas formas de turismo, com o intuito de gerar receitas para o setor, numa perspetiva *online* e não presencial que se possa adaptar a novas situações e adversidades num futuro próximo.

Seria também pertinente o contínuo estudo e análise da pandemia em Portugal, pois este trabalho teve incidência no início da COVID-19 em Portugal e acompanhou os impactos da pandemia nessa altura. No entanto, seria relevante fazer uma outra

análise de modo a compreender melhor este fenómeno de contexto mundial e respetivos impactos na hotelaria à escala global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abranja, N., Almeida, A. E., & Almeida, M. (2020). *Gestão Hoteleira: O produto, o serviço e as técnicas*. Lidel.
- Barbosa, A. M. (2020). *A Relação e a Comunicação Interpessoais entre o Supervisor Pedagógico e o Aluno Estagiário: Um Estudo de Caso* (Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Educação João de Deus). RCAAAP - Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal. <http://hdl.handle.net/10400.26/2472>
- Beaumont, P. B. (1993). *Human resource management: Key concepts and skills*. SAGE.
- Becker, C., & Olsen M. D. (1995). Exploring the relationship between heterogeneity and generic management trends in hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 14, 39-52. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00004-V](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00004-V)
- Bernecker, P. (1965). *Les Fondements du Tourisme, Cours d'Etudes Touristiques*. Union International des Organismes Officiels du Tourisme (UIOOT).
- Butler, R. W. (2008). The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 24(1):5 - 12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Comissão Europeia (2003). *Basic orientations for the sustainability of European tourism*. The Council European Parliament, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions.
- COMPETE 2020 (2015). NUTS 2013: As novas unidades territoriais para fins estatísticos. *Instituto Nacional de Estatística*. [http://www.compete2020.gov.pt/admin/images/NUTS2013_\(1\).pdf](http://www.compete2020.gov.pt/admin/images/NUTS2013_(1).pdf)
- Coutinho, C. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Edições Almedina.
- Cunha, L. (2010). A definição e o âmbito do turismo: Um aprofundamento necessário. *CPES - Atas de Conferências Nacionais*. <http://hdl.handle.net/10437/665>
- Cunha, L. (2017). *Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas*. Lidel.
- Cunha, L. (2013). *Turismo e Política do Turismo*. (3ª Ed.). Lidel.
- Cunha, L. & Abrantes, A. (2019). *Introdução ao Turismo*. (6ª Ed.). Lidel.

- Da Costa, N. I. M. (2017). *Práticas de gestão de recursos humanos no setor hoteleiro* (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia, Escola Superior de Gestão). ReCiL - Repositório Científico Lusófona.
<http://hdl.handle.net/10437/11478>
- Deloitte (2019). Overcome challenges. *Atlas da Hotelaria* (14ª ed.). Pearson Education Ltd, Great Britain.
- Dumazedier, J. (1988). *Le mythe du tourism, aujourd'hui*. Press Universitaire Francais, Paris.
- Everingham, P. & Chassagne, N. (2020). Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as Buen Vivir. *Tourism Geographies*, 22 (3), 555-566,
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *TOURISM PRINCIPLES AND PRACTICE*. (6ª ed.), Pearson Education Limited.
- Fortin, M., Côté, J. & Filion, F. (2006). *Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação*. Lusodidacta.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, M. (2020), Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hotle, S., & Mumbower, S. (2021). The impact of COVID-19 on domestic U.S. air travel operations and commercial airport service. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100277>
- Ioannides, D. & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22 (3), 624-632. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- Kock F, Nørfelt A, Josiassen A, Assaf AG, & Tsionas M. (2020). Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103053>
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*. 22 (3), 633-638.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762115>
- Li, D., & Li, Q. (2021). SARS-CoV-2: vaccines in the pandemic era. *Military Medical Research*, 8. <https://doi.org/10.1186/s40779-020-00296-y>

- Marques, J., & Santos, N. (2012). Espaços turísticos e novas formas de alojamento. *GOT - Geography and Spatial Planning Journal*, 1, 103-126. <http://dx.doi.org/10.17127/got/2012.1.005>
- Martins, C. A. (2002). *A gestão de recursos humanos e as especificidades do mercado de trabalho no sector hoteleiro: A região norte de Portugal*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Escola de Economia e Gestão). Biblioteca Digital do Instituto Politécnico de Bragança. <http://hdl.handle.net/10198/2840>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Moreira, S., & Nogueira, J. R. (2020). SAÚDE E TRABALHO: Medidas de prevenção da COVID-19 nas empresas. *Direção-Geral da Saúde*. <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/saude-e-trabalho-medidas-de-prevencao-da-covid-19-pdf.aspx>
- Pappas, N. (2021) COVID19: Holiday intentions during a pandemic. *Tourism Management*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104287>
- Pardal, L., & Lopes, E. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social* (5ª Ed.). Areal Editores.
- Pereira, A., & Poupa, C. (2018). *Como escrever uma tese, monografia ou livro científico usando o Word* (7ª Ed.). Edições Sílabo.
- Pizam, A. (1994). Planning a tourism research investigation. In J. Ritchie e C. Goeldner (Eds.), *Travel, Tourism and Hospitality Research - A Handbook for Managers and Researchers*. New York: John Wiley & Sons, pp. 91-104.
- Qiu, R., Park, J., Li, S. & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, ISSN 0160-7383, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994>
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (5ª Ed.). Gradiva.
- López, R. R., López-Felipe T., Navajas-Romero, V., & Menor-Campos, A. (2021). Lessons from the First Wave of COVID-19. What Security Measures Do Women and Men Require from the Hotel Industry to Protect against the Pandemic? *International Journal of Environment and Public Health*, 18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052232>

- Röltgen, K., Powell, A.E., Wirz, O. F., Stevens, B.A., Hogan, C.A., Najeeb, J., Hunter, M., Wang, H., Sahoo, M.K., Huang, C., Yamamoto, F., Manohar, M., Manalac, J., Otrelo-Cardoso, A.R., Pham, T.D., Rustagi, A., Rogers, A.J., Shah, N.H., Blish, C.A., ... Boyd, S.D. (2021). Defining the features and duration of antibody responses to SARS-CoV-2 infection associated with disease severity and outcome. *Science Immunology*, 5. <https://doi.org/10.1126/sciimmunol.abe0240>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios: Segundo Bolonha* (3ª Ed.). Pactor.
- Theobald, F. W. (2004). *Global Tourism*. (3rd ed.) TAYLOR & FRANCIS LTD.
- Torrington, D., Hall, L., & Taylor, S. (2002). *Human Resource Management*. (7thed.) FINANCIAL TIMES PRENTICE HALL.
<http://www.ilt.edu.vn/upload/files/thu-vien/nhan-su/human-resource-management-7th.pdf>
- Turismo de Portugal (2017). *ESTRATÉGIA TURISMO 2027: Liderar o Turismo do Futuro*.
<https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>
- United Nations (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division.
https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- Veal, A. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (3^a Ed.), Harlow: Prentice Hall.
- Walker, J. R. (2017). *Introduction to Hospitality*. (7th ed.) GLOBAL EDITION. Pearson Education Limited.
- Walker, J. R., & Walker, J. T. (2014) *Introduction to Hospitality Management*. (4th ed.) Pearson New International Edition. Pearson Education Limited.
- World Bank Group (2020) *Global Economic Prospects*. Washington, DC: World Bank.
<http://hdl.handle.net/10986/33748>
- World Tourism Organization (2020, outubro). *UNWTO Tourism Definitions*.
<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>

- Zeng, Z., Chen, P. & Lew, A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies*, 22 (3), 724-734, <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118>
- Zenker, S., Braun, E., & Gyimothy, S. (2021). Too afraid to Travel? Development of a Pandemic (COVID-19) Anxiety Travel Scale (PATS). *Tourism Management*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104286>
- Zillinger, M. (2007). Guided tourism: the role of guidebooks in German tourist behaviour in Sweden. *ETOUR European Tourism Research Institute*.

WEBGRAFIA

- Base de Dados Portugal Contemporâneo. *O que são NUTS?* PORDATA.
<https://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS> - Acedido em outubro de 2020
- Booking.com. <https://www.booking.com/> - Acedido em fevereiro de 2021
- Comissão Europeia. *Resposta ao surto de coronavírus: Saúde pública.*
https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/public-health_pt - Acedido em dezembro de 2020
- Direção-Geral de Saúde. *Covid-19: Perguntas frequentes.*
<https://covid19.min-saude.pt/category/perguntas-frequentes/> - Acedido em junho de 2020
- Direção-Geral de Saúde: Vacinação COVID-19
<https://covid19.min-saude.pt/vacinacao/> - Acedido em março de 2021
- European Commission. *What is the euro area?*
https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/euro-area/what-euro-area_en
- Acedido em dezembro de 2020
- EUROSTAT: *Glossary: Tourist*
<https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Glossary:Tourist&oldid=212493> - Acedido em março 2021
- Guias da saúde: *Teste COVID-19*
<https://www.sns24.gov.pt/guia/teste-covid-19/> - Acedido em março de 2021
- Henriques, J. P. (2020, maio 2). Da emergência para a calamidade pública: o que vai mudar? *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/poder/da-emergencia-para-a-calamidade-publica-o-que-vai-mudar-12122446.html> - Acedido em outubro de 2020
- INE, Banco de Portugal 2019. *Turismo em Portugal: Visão geral.* Turismo De Portugal.
[http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo%20Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx) - Acedido em setembro de 2020
- INE, PORDATA. *Alojamentos turísticos, total e por tipo de alojamento: Onde existem mais e menos hotéis e outros alojamentos turísticos?* PORDATA
<https://www.pordata.pt/Municipios/Alojamentos+tur%C3%ADsticos+total+e+por+tipo+de+alojamento-746> - Acedido em novembro de 2020

- Instituto Nacional de Estatística - Statistics Portugal. (2020, November). *Estabelecimentos de alojamento turístico por localização geográfica e tipo alojamento turístico*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0009873&selTab=tab0 - Acedido em novembro de 2020
- Instituto Nacional de Estatística - Statistics Portugal. (2020, December). *Ganho médio mensal por Localização geográfica*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0009047&selTab=tab0&xlang=pt - Acedido em dezembro de 2020
- Marriott Bonvoy: How to Enjoy More Benefits
<https://www.marriott.com/loyalty/member-benefits.mi> - Acedido em fevereiro de 2021
- Marriott Bonvoy: Vale a pena reservar diretamente connosco
<https://www.marriott.pt/online-hotel-booking.mi> - Acedido em fevereiro de 2021
- Marriott Mobile App: THE WORLD IN THE PALM OF YOUR HAND
https://mobile-app.marriott.com/en-us?branch_match_id=892322192451729842 - Acedido em fevereiro de 2021
- Miguel, I. P. (2020, April 15) Mercado do turismo e da hotelaria terá de se reinventar. *Jornal Económico* <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/mercado-do-turismo-e-da-hotelaria-tera-de-se-reinventar-575278> - Acedido em setembro de 2020
- NewScientist: *Quantum physics*.
<https://www.newscientist.com/definition/quantum-physics/> - Acedido em março de 2021
- Obama, M. (2020, October 30). "There is no limit to what we, as women, can accomplish (...)". Instagram. <https://www.instagram.com/michelleobama/> - Acedido em janeiro de 2021
- Organização Mundial de Saúde. *ONU NEWS: Saúde*.
<https://news.un.org/pt/news/topic/health> - Acedido em junho de 2020
- Porfírio, J. (2020, November 17). Primeiro caso de Covid-19 conhecido há exatamente um ano: As imagens e a cronologia de doze meses de pandemia. *Observador*. <https://observador.pt/2020/11/17/primeiro-caso-de-covid-19-descoberto-ha-exatamente-um-ano-as-imagens-e-a-cronologia-de-um-ano-de-pandemia/> - Acedido em dezembro de 2020

- Publituris Hotelaria (2020, April 8). INE: QUEDA DE 25% NO TURISMO LEVARÁ A DIMINUIÇÃO DE 2,9% NO PIB. *Publituris Hotelaria*. <https://www.publiturishotelaria.pt/2020/04/08/ine-queda-25-no-turismo-levara-diminuicao-29-no-pib/> - Acedido em outubro de 2020
- Segurança Social. *Salários em atraso: Layoff*. <http://www.seg-social.pt/layoff> - Acedido em outubro de 2020
- Serviço Nacional de Saúde. Coronavírus 2019-nCoV (COVID-19). <https://www.sns.gov.pt/2020/01/28/coronavirus-2019-ncov/> - Acedido em outubro de 2020
- The World Bank (2020, June 8). *COVID-19 to Plunge Global Economy into Worst Recession since World War II*. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii> - Acedido em outubro de 2020
- Turismo de Portugal Business. *COVID-19: apoio às empresas*. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid-19/Paginas/default.aspx> - Acedido em setembro de 2020
- Turismo de Portugal, Business. *Estabelecimentos de Alojamento Local: Alojamento local*. http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Como_comecar/Alojamento_Local/Paginas/default.aspx - Acedido em novembro de 2020
- Turismo de Portugal, Business. *COVID-19: Orientações para prevenção e controlo da COVID-19 no turismo*. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid-19/Paginas/orientacoes-prevencao-controlo-covid-19-turismo.aspx> - Acedido em dezembro de 2020
- Turismo de Portugal, Business. *Programa de incentivo ao consumo Visita Portugal*. http://business.turismodeportugal.pt/pt/Investir/Financiamento/Programas_incentivos/Paginas/programa-de-incentivo-ao-consumo-visita-portugal.aspx - Acedido em outubro de 2020
- Turismo de Portugal. *Portugal Clean and Safe: Selo "Clean & Safe"*. <https://portugalcleanandsafe.com/pt-pt/stamp> - Acedido em outubro de 2020
- Turismo de Portugal. Visit Portugal: Clean & Safe. <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/clean-and-safe> - Acedido em outubro de 2020
- UNWTO (2020). *GLOSSARY OF TOURISM TERMS*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> - Acedido em janeiro de 2021

World Health Organization. *Health topics: Coronavirus.*

https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 - Acedido em outubro de 2020

World Health Organization. *WHO: Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard.*

<https://covid19.who.int/> - Acedido em dezembro de 2020

LEGISLAÇÃO

Decreto-Lei n.º 2-A/2020. *Diário da República*. Procede à execução da declaração do estado de emergência efetuada pelo Decreto do Presidente da República, 2020-03-20, n.º 14-A/2020.

Decreto-Lei n.º 80/2017. *Diário da República*. Implementa a medida Simplex+ «Licenciamentos Turísticos+ Simples», alterando o Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos, 2017-06-30.

Decreto-Lei n.º 167/2019. *Diário da República*. Atualiza o valor da retribuição mínima mensal garantida para 2020, 2019-11-21.

Portaria n.º 937/2008. *Diário da República*. Estabelece os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural, 2008-08-20.

ANEXOS

Anexo 1 – Inquérito
(Questionário *online* realizado no *Google Forms*)

O impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria através da perspetiva dos colaboradores

Este questionário faz parte de um trabalho de investigação, em desenvolvimento, para avaliar o impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria, através da perspetiva dos colaboradores do setor a trabalhar atualmente em Portugal.

A resposta a este questionário é voluntária e demorará aproximadamente 3 minutos.

Os dados são apenas para uso científico e são estritamente confidenciais.

Agradecemos antecipadamente a sua colaboração.

Caso necessite de informações adicionais, por favor não hesite em contactar:

Email: barbaragomes-s@outlook.com

Bárbara Gomes

*Obrigatório

1. Informação Sociodemográfica

1.1. Concelho de Residência: *

A sua resposta

1.2. Género: *

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder.

1.3. Idade: *

- Entre 16-20 anos
- Entre 21-30 anos
- Entre 31-40 anos
- Entre 41-50 anos
- Entre 51-60 anos
- + 61 anos

1.4. Nível de escolaridade/formação: *

- Até ao 9º ano
- Até ao 12º ano
- Curso Técnico Superior Profissional (CTeSP)
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento
- Outra: _____

1.5. Tem formação académica/técnica específica na área do Turismo/Hotelaria? *

Sim

Não

1.6. Classificação do estabelecimento hoteleiro onde trabalhou ou trabalha: *

1*

2**

3***

4****

5*****

Outra: _____

1.7. Departamento a que pertenceu no último emprego: *

- Comercial/Eventos
- Reservas
- Recepção
- Recursos Humanos
- Contabilidade
- Housekeeping
- Spa/Ginásio
- F&B/Banquetes
- Marketing
- Direção Geral
- Manutenção
- Outra: _____

1.8. Categoria profissional que desempenha ou desempenhou no último emprego:

- Diretor Geral
- Diretor de Departamento
- Chefe de Departamento
- Assistente de Chefe de Departamento
- Shift Leader
- Colaborador onde a função de chefia não se aplica.
- Outra: _____

1.9. a) Tipo de contrato de trabalho: *

- A Termo Certo
- A Termo Incerto
- Part-time
- Trabalho Temporário
- Efetivo
- Outra: _____

1.9. b) Qual o seu rendimento mensal líquido que habitualmente auferes? *

- Até 800€
- Entre 801-1500€
- Entre 1501-2500€
- + 2500€

2. O impacto do Novo Coronavírus (COVID-19) na Hotelaria

2.1. De que forma o contexto em que vivemos relacionado com o novo coronavírus tem/teve impacto no seu contexto de trabalho? Devido ao contexto do novo coronavírus: *

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Perdi o meu emprego.
- Estou/estive em regime de lay-off.
- O meu rendimento mensal diminuiu.
- O meu local de trabalho encerrou temporariamente.
- O meu local de trabalho encerrou definitivamente.
- Continuei a trabalhar, mas em regime de teletrabalho.
- O meu local de trabalho serviu para acolher doentes durante a pandemia.
- O meu local de trabalho serviu para acolher profissionais de saúde durante a pandemia.
- O meu local de trabalho foi transformado em hospital de campanha durante a pandemia.
- Continuei a trabalhar da mesma forma que trabalhava antes.
- Continuei a trabalhar, mas com mudança de colaboradores a cada 2 semanas.
- Outra: _____

2.2. Por favor indique quais das seguintes medidas foram tomadas pela unidade hoteleira em que trabalha/trabalhou face ao impacto do Covid-19? O local onde trabalho/trabalhava: *

(Pode assinalar mais do que uma opção)

- Começou a disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas, gel desinfetante, etc.) aos hóspedes apenas após o início da pandemia.
- Começou a disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas, gel desinfetante, etc.) aos colaboradores apenas após o início da pandemia.
- Iniciou formação indicada para a crise, aos colaboradores apenas após o início da pandemia.
- Já tinha por regra disponibilizar equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas, gel desinfetante, etc.) e formar os colaboradores para eventuais crises como esta.

2.3. Tendo em conta o atual contexto em que vivemos, relacionado com o Novo Coronavírus, apresente a sua opinião:

1- Discordo Completamente | 2- Discordo | 3- Não Concordo, nem Discordo | 4- Concordo | 5- Concordo Completamente.

Os estabelecimentos hoteleiros estão bem preparados para fazer face a situações de crise como esta em que vivemos: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros deviam preparar-se melhor para situações de crise como esta: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros devem estar sempre preparados para acolher doentes em situações de crise como esta: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros devem estar preparados para acolher profissionais de saúde em situações de crise como esta: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros devem estar preparados para serem transformados em hospitais de campanha em situações de crise como esta: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros devem ter sempre equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas, gel desinfetante, etc.) que possam ser disponibilizados a hóspedes e colaboradores: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os estabelecimentos hoteleiros devem proporcionar formação específica aos colaboradores para lidar com situações de crise como esta: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Os cursos de formação técnica/superior na área do Turismo/Hotelaria devem contemplar formação específica sobre gestão de situações de crise: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Devido ao contexto do Novo Coronavírus e ao impacto que teve no Turismo penso mudar de profissão/setor de atividade: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Devido ao contexto do Novo Coronavírus, penso que terei menos possibilidade futura de progredir na carreira: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Devido ao contexto do Novo Coronavírus, penso que terei menos possibilidade de conseguir um novo emprego no setor Turístico/Hoteleiro: *

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> |

Devido ao contexto do Novo Coronavírus, penso que o setor Turístico/Hoteleiro ressurgirá mais fortalecido e melhor preparado para situações semelhantes: *

- 1 2 3 4 5
-

Obrigada pela sua colaboração!

Bárbara Gomes