

# O impacto da pandemia do COVID-19 na gestão hoteleira

Dissertação de Mestrado

Ana Maria Ponte Barbosa

Mestrado em

**Gestão de Empresas (MBA)**



# O impacto da pandemia do COVID-19 na gestão hoteleira

Dissertação de Mestrado

Ana Maria Ponte Barbosa

## Orientadores

Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Teresa Pinheiro de Melo Borges Tiago

Prof.<sup>a</sup> Doutora Sónia Margarida Moreira Avelar

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas (MBA)



## RESUMO

O ano de 2020 ficou marcado negativamente pela pandemia do COVID-19. Esta veio a ter um impacto na economia dos países que, conseqüentemente, fez suspender quase todo o comércio e serviços dos países, ficando a laborar apenas os negócios considerados indispensáveis. Deste modo, ficaram impedidos todos os serviços turísticos, provocando o fecho temporário e em alguns casos definitivo das empresas, uma vez que faltaram recursos humanos e financeiros para manter a abertura das mesmas. Deste modo, a conjuntura levou a que fossem tomadas medidas, de forma que o impacto da crise sanitária e económica não fosse tão drástica. A presente dissertação tem como intuito analisar o impacto do COVID-19 na gestão dos hotéis da Região Autónoma dos Açores. Por conseguinte, o impacto acima descrito foi analisado com base num inquérito por questionário direcionado aos diretores de hotéis, onde foram recebidas 52 respostas válidas, aplicando uma metodologia qualitativa e quantitativa. Este procura identificar qual a posição existente da hotelaria perante a pandemia, analisar as medidas implementadas no combate aos efeitos do vírus SARS-CoV-2 e, por fim, entender como as medidas adotadas durante a pandemia foram ponderadas, alteradas ou eliminadas após a mesma e como decorreu a recuperação da atividade, ou seja, compreender os efeitos da resiliência nestes negócios.

Palavras-chave: COVID-19; Hotéis; Impacto; Pandemia; Turismo.

## ABSTRACT

The year 2020 witnessed a significant downturn due to the adverse effects of the COVID-19 pandemic. Economies across the globe were severely affected, leading to the suspension of nearly all trade and non-essential services, while only essential businesses remained operational. The tourism sector, in particular, bore the brunt of these restrictions, resulting in temporary closures and, in some unfortunate instances, permanent shutdowns due to insufficient human and financial resources to sustain operations. Consequently, measures were enforced to mitigate the impact of both the health and economic crises. The aim of this thesis is to analyze the impact of COVID-19 on the management of hotels in the Autonomous Region of the Azores. Therefore, the impact described above was analyzed by means of a questionnaire survey of hotel managers, from which 52 valid responses were obtained, using a qualitative and quantitative methodology. The aim was to identify the existing position of the hotel industry in the face of the pandemic, to analyze the measures taken to combat the effects of the SARS-CoV-2 virus and, finally, to understand how the measures taken during the pandemic were weighted, modified or eliminated after the pandemic and how the business recovered, in other words, to understand the impact of resilience on these businesses.

Keywords: COVID-19; Hotels; Impact; Pandemic; Tourism.

## DEDICATÓRIA

Esta dissertação é dedicada à minha bisavó,  
Alexandrina Correia da Ponte.  
A mim por nunca desistir.

## AGRADECIMENTOS

Ao concluir esta dissertação quero deixar o meu agradecimento a quem deste percurso fez parte. Agradeço aos professores e colegas que nestes quase 20 anos de estudo fizeram parte deste percurso. Em especial agradeço à Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Teresa Borges Tiago e à Prof.<sup>a</sup> Doutora Sónia Avelar por terem aceitado orientar a presente dissertação e à *mui* nobre casa que me acolheu, a Universidade dos Açores.

Quero dedicar este trabalho à minha bisavó Alexandrina que me criou desde os seus 73 anos até aos meus 16 anos. Aos meus avós que me inculcaram a vontade de estudar desde pequena e que me apoiaram ao longo destes anos para que nunca desistisse.

Aos meus pais, Filomena e Pedro, que sempre fizeram de tudo para que nunca me faltasse nada, de forma a cumprir este sonho. A eles devo tudo. Obrigada por nunca desistirem de mim.

Ao José Pedro, por me ter vindo mostrar o que é o amor entre irmãos.

À minha restante família agradeço o apoio prestado.

À minha melhor amiga Rafaela pela amizade, companheirismo e apoio que vem dedicando ao longo destes anos. Sem ti parte disto não seria possível!

Ao Ruben pela paciência, companhia e compreensão. Obrigada.

Às minhas colegas do Hotel Comfort Inn, pela paciência dispensada, partilha de conhecimento e amizade. Obrigada!

A mim por ser persistente e nunca desistir.

## ÍNDICE

<i><b>RESUMO</b></i> .....	<i><b>i</b></i>
<i><b>ABSTRACT</b></i> .....	<i><b>ii</b></i>
<i><b>AGRADECIMENTOS</b></i> .....	<i><b>iv</b></i>
<i><b>ÍNDICE</b></i> .....	<i><b>v</b></i>
<i><b>LISTA DE TABELAS</b></i> .....	<i><b>vi</b></i>
<i><b>LISTA DE FIGURAS</b></i> .....	<i><b>vii</b></i>
<i><b>LISTA DE ABREVIATURAS</b></i> .....	<i><b>viii</b></i>
<i><b>CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO</b></i> .....	<i><b>1</b></i>
<i><b>CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b></i> .....	<i><b>3</b></i>
2.1 Conceitos e definições do turismo .....	<i><b>3</b></i>
2.2 O desenvolvimento do turismo.....	<i><b>6</b></i>
2.3 Contexto e tendências da hotelaria em Portugal e na Região Autónoma dos Açores .....	<i><b>8</b></i>
2.4 A atividade hoteleira .....	<i><b>12</b></i>
2.5 O surgimento do vírus SARS-CoV-2 e o seu impacto.....	<i><b>13</b></i>
2.6 Selo “Clean and Safe” e “Visita Portugal” .....	<i><b>19</b></i>
2.7 O impacto do COVID-19 no turismo português .....	<i><b>22</b></i>
<i><b>CAPÍTULO III – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO</b></i> .....	<i><b>30</b></i>
3.1 Escolha do método e técnica de investigação .....	<i><b>30</b></i>
3.2 Problemática e objetivos da investigação.....	<i><b>31</b></i>
3.3 Amostra e recolha de dados .....	<i><b>32</b></i>
3.4 Instrumentos de recolha de dados .....	<i><b>32</b></i>
3.5 Análise de dados .....	<i><b>33</b></i>
<i><b>CAPÍTULO IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b></i> .....	<i><b>34</b></i>
4.1 Análise do perfil dos estabelecimentos hoteleiros .....	<i><b>34</b></i>
4.2 Análise do impacto do COVID-19 na gestão hoteleira .....	<i><b>36</b></i>
4.3 Pós-pandemia.....	<i><b>46</b></i>
<i><b>CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS</b></i> .....	<i><b>50</b></i>
<i><b>ANEXOS</b></i> .....	<i><b>56</b></i>

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Caracterização do perfil dos estabelecimentos hoteleiros (Frequência Absoluta e Percentagem). .....	35
Tabela 2. Exemplos de respostas sobre o impacto do COVID-19 no setor. ....	36
Tabela 3. Desafios durante a pandemia.....	38
Tabela 4. Exemplos das opiniões sobre o selo “Clean and Safe”. ....	40
Tabela 5. Exemplos dos medos e inseguranças após a pandemia. ....	46
Tabela 6. Exemplo das respostas sobre as medidas aplicadas na pandemia que prevalecem. ....	47

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Medidas a implementar para uma adequada e completa prevenção da COVID-19 nas empresas.....	18
Figura 2. Selo “Clean and Safe” .....	19
Figura 3. Programa de incentivo “Visita Portugal”.....	22
Figura 4. Taxa de crescimento do PIB, 2014 – 2019. ....	22
Figura 5. Taxa de crescimento do PIB, 2014 – 2020. ....	23
Figura 6. Oferta do número de camas por tipo de estabelecimento hoteleiro e por região, em 2019.....	25
Figura 7. Oferta do número de camas por tipo de estabelecimento hoteleiro e por região, em 2020.....	25
Figura 8. Dormidas de não residentes na hotelaria em 2019. ....	26
Figura 9. Dormidas de não residentes na hotelaria em 2020. ....	27
Figura 10. Dormidas por tipologia de alojamento em 2019 e 2020.....	28
Figura 11. Percentagem de dormidas por ilha em 2020.....	29
Figura 12. Classificação dos hotéis.....	34
Figura 13. Localização dos hotéis.....	35
Figura 14. Dimensão dos hotéis.....	35
Figura 15. Medidas de segurança para os clientes.....	39
Figura 16. Medidas de segurança para os colaboradores.....	39
Figura 17. Selo “Clean and Safe”.....	40
Figura 18. Palavras associadas ao Selo “Clean and Safe”.....	41
Figura 19. Medidas governamentais impostas em época de pandemia do COVID-19...42	42
Figura 20. Utilidade das medidas adotadas.....	42
Figura 21. Nível de satisfação das medidas adotadas.....	43
Figura 22. Impactos operacionais, sociais e financeiros.....	43
Figura 23. Implementações tecnológicas.....	44
Figura 24. Influência da pandemia nos mercados emissores.....	44
Figura 25. Mercados emissores antes da pandemia.....	45
Figura 26. Mercados emissores depois da pandemia.....	45
Figura 27. Medidas pós pandemia.....	46
Figura 28. Estratégias utilizadas antes e após a pandemia.....	48

## LISTA DE ABREVIATURAS

AIEST - Asociación Internacional de Expertos Científicos em Turismo  
BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa  
DGS - Direção Geral de Saúde  
EUA - Estados Unidos da América  
F&B - *Food & Beverage*  
ICOTT - International Congresso of Official Tourist Traffic Associations  
INE - Instituto Nacional de Estatística  
IUOTO - International Union of Official Travel Organizations  
OMS - Organização Mundial da Saúde  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
PCR - *Polymerase Chain Reaction*  
PIB - Produto Interno Bruto  
RAA - Região Autónoma dos Açores  
RMMG - Remuneração Mínima Mensal Garantida  
RNET - Registo Nacional dos Empreendimentos Turísticos  
SARS - *Severe Acute Respiratory Syndrome*  
SATA - Sociedade Açoreana de Transportes Aéreos  
SNS - Serviço Nacional de Saúde  
SREA - Serviço Regional de Estatística dos Açores  
TAAN - Teste molecular de amplificação de ácidos nucleicos  
TAP - Transportes Aéreos Portugueses  
TRAg - Teste Rápido de Antigénio  
UNWTO - World Tourism Organization

## CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

O turismo é considerado um dos setores que mais contribui para o desenvolvimento das economias mundiais e, por conseguinte, para a nacional. Assim, não só tem contribuído para que o Produto Interno Bruto (PIB) dos países aumente, como também tem criado e mantido vários postos de trabalho, diminuindo, deste modo, a taxa de desemprego de cada país.

Todavia, o ano de 2020 ficou marcado pela pandemia do COVID-19, condicionando, assim, o desenvolvimento do turismo, que havia vindo prosperando e ganhando posição nos mercados. Portugal, como todos os restantes países do mundo, viu diminuir drasticamente o seu número de dormidas, receitas e estabelecimentos turísticos, o que, conseqüentemente, fez regredir a capacidade de alojamento do país (INE, 2021). Para evitar a transmissão do vírus e a suspensão do setor foram aplicadas várias medidas, tanto a nível de saúde como também económicas, de forma a ajudar as empresas a reativar os seus negócios.

A investigação tem como objetivo principal analisar o impacto que existiu na gestão dos hotéis durante a pandemia do COVID-19, tendo em conta as conseqüências existentes na mesma. O estudo baseia-se na Região Autónoma dos Açores (RAA). Para esta análise foi utilizada uma metodologia mista com recurso a um questionário criado no *Google Forms*, que possuiu um total de 52 respostas. A abordagem quantitativa permitiu entender melhor o resultado das medidas COVID. Ao longo do documento é possível verificar as figuras e tabelas resultantes da análise. Os resultados sugerem que, de uma forma geral, a pandemia do COVID-19 possuiu um grande impacto nos hotéis da RAA, afetando a gestão dos mesmos.

O enquadramento teórico da presente dissertação, o capítulo II, encontra-se dividido em sete subcapítulos. Deste modo, o primeiro subcapítulo inclui os conceitos e definições do turismo, entendendo-se, assim, o processo evolutivo da respetiva definição até aos dias de hoje. Posto isto, o segundo subcapítulo incide na história da atividade turística mundial ao longo dos anos, desde a Grécia antiga. O terceiro subcapítulo contextualiza Portugal e a RAA no que toca ao desenvolvimento do setor. Em seguida, é estudada a atividade hoteleira em Portugal fazendo referência aos correspondentes decretos de lei para o efeito. No quinto e sexto subcapítulos é enquadrado o surgimento do vírus SARS-CoV-2, o seu impacto mundial, as medidas de saúde aplicadas e que foram impostas às empresas turísticas. É exemplo a criação do selo *Clean and Safe* e o programa de incentivo “Visita

Portugal”. O último subcapítulo demonstra o impacto do vírus numa perspetiva estatística nacional e nos Açores.

De seguida, no capítulo III é apresentada a metodologia de investigação em cinco subcapítulos. No primeiro, é apresentada a escolha do método e técnica de investigação, ou seja, explica-se o paradigma qualitativo e quantitativo. Por conseguinte, no segundo subcapítulo é exposta a problemática e os objetivos da investigação. O subcapítulo seguinte aborda a amostra e recolha de dados e no quarto subcapítulo são apresentados os instrumentos desta mesma recolha de dados. O subcapítulo final é referente à análise dos dados.

No capítulo IV são discutidos os resultados. Assim, foi dividido em três subcapítulos que correspondem às três partes do inquérito por questionário: análise do perfil dos estabelecimentos hoteleiros, análise do impacto do COVID-19 na gestão hoteleira e o pós-pandemia.

Por último, no capítulo V são apresentadas as conclusões, contributos teóricos, contributos práticos, limitações do trabalho e pistas de investigação futura. No final do documento, estão disponíveis as referências bibliográficas e o questionário como anexo.

## CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

O presente capítulo enquadra teoricamente todos os conteúdos analisados e estudados na dissertação. Deste modo, é entendida a importância do turismo a nível mundial, mas também numa perspetiva nacional e regional. É relacionado o conceito da pandemia do COVID-19, analisando o seu impacto, desafios e medidas tomadas.

### 2.1 Conceitos e definições do turismo

De forma a entender o processo evolutivo do Turismo, é necessário compreender que a atividade propriamente dita sempre existiu. O facto das populações se deslocarem para outras cidades ou países à procura do novo, de melhores condições de vida ou até mesmo por motivos religiosos sempre aconteceu.

Assim, para uma melhor compreensão sistémica da evolução do turismo é necessário destacar os diversos modelos evolutivos presentes nos estudos de vários filósofos e autores. Deste modo, verifica-se que, de uma forma geral, a partir dos séculos XIX e XX emerge a necessidade de definir a palavra Turismo e, por conseguinte, a sua atividade, uma vez que os filósofos *Montaigne* (1581), *Locke* (1679) e *Francis Bacon* (1612) responsabilizam-se por mostrar aos demais os benefícios educativos das viagens. Assim, é neste contexto que, em 1830, *Stendhal* introduz a palavra *touriste* e o português *Alexandre Herculano*, em 1938, mostra o quão vantajosa era economicamente a atividade turística num país (Cunha, 2010). Em 1881, no dicionário inglês da Universidade de Oxford, turismo era apenas definido como “*Teoria e prática de viajar por prazer*”.

À medida que o conceito foi evoluindo, o autor *Robert Gluksmann* em 1929 verifica que o mesmo se refere a “*superação do espaço por pessoas que afluem a um lugar onde não possuem residência fixa*” (Cunha, 2010).

Todavia, é em 1942 que surge a maior elaboração do conceito com *Walter Hunziker* e *Kurt Krapf* definindo turismo como:

“*O conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal*” (Cunha, 2010).

Esta definição acabou por ser adotada pela *Asociación Internacional de Expertos Científicos em Turismo* (AIEST).

*Mathienson* e *Wall*, em 1982, definem turismo da seguinte forma:

*“o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”* (Cunha, 2010).

Esta definição acaba por incidir na deslocação das pessoas, nas relações com os locais, como, por exemplo, as atividades, produções e serviços. Para além disso, incide, também, nos fatores procura e oferta, ou seja, a definição começa a incluir as temáticas fundamentais do que é hoje o turismo, na sua forma lata. Porém, exclui ainda fundamentos como as atividades na/da própria deslocação e os recursos naturais.

Mais tarde, a Organização Mundial do Turismo (OMT) define Turismo como:

*“O conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros”* (Cunha, 2010).

Esta definição, por sua vez, privilegia a procura, mas não releva a oferta, pois as atividades produtoras permanecem independentes das deslocações e estadas. Comporta os três elementos caracterizadores do Turismo (ap. Midleton, 1996), como as atividades fora do ambiente e da rotina normal do visitante, as atividades que implicam viagem para o destino final e “define” destino, pois concentra as condições que suportam as atividades do visitante.

Deste modo, verifica-se que, ainda nos dias de hoje, é um conceito em construção, mas que referencia as deslocações, a rutura espaço-temporal, que é uma estada não permanente e que inclui as viagens e todas as atividades de antes e durante a estada e os produtos e serviços criados para a satisfação das necessidades do visitante. Para além disso, pressupõe um conjunto de atividades económicas que englobam equipamentos como os transportes, alojamento, agências de viagens, práticas de lazer e muito mais.

Assim, verifica-se que a última e mais recente definição de Turismo disponibilizada pela OMT é a seguinte:

*“O Turismo é um fenómeno social, cultural e económico que envolve a deslocação de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou de negócios/profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não residentes) e o turismo tem a ver com as suas atividades, algumas das quais envolvem gastos turísticos”*.

A OMT é a agência especializada do turismo das Nações Unidas desde 2003, estando sediada em Madrid, Espanha. Responsabiliza-se por promover o desenvolvimento

sustentável do Turismo, de forma que os impactos sociais e ambientais sejam os mínimos possíveis, tendo por base o Código Mundial de Ética do Turismo. Verifica-se que em 1925 a instituição que era responsável pelos assuntos do Turismo intitulava-se por *International Congress of Official Tourist Traffic Associations* (ICOTT), passando para *International Union of Official Travel Organizations* (IUOTO) após as Guerras Mundiais.

O turismo pode ser emissivo, ou seja, quando os turistas saem do local onde vivem para outro destino e recetivo quando os turistas são recebidos num local. (Barretto, 2004). Para além disso, pode ser qualificado pela sua nacionalidade, isto é, estrangeiro quando vem de outro país que não o de origem e nacional quando este visita o destino onde vive (Barretto, 2004).

Posto isto, é necessário elucidar as formas ou tipos de turismo, isto é, os motivos/objetivos da viagem. Estes “*não são as motivações das pessoas que estão na origem da decisão da viagem, mas sim aqueles que levam a escolher o lugar ou país particular visitado*” (Cunha, 2010). Os motivos podem ser, segundo Licínio Cunha:

- Turismo de recreio ou lazer, ou seja, o que envolve a curiosidade de conhecer algo novo, o desfrutar da paisagem, etc. É, por norma, muito ligado a grandes centros urbanos, destinos de praia ou de belezas naturais.

- Turismo de repouso ou de saúde, que envolve o relaxamento físico e mental, trazendo benefícios para a saúde, como o recuperar do desgaste físico e psicológico. É encontrado em locais calmos com contacto com a natureza, campo e estâncias termais.

- Turismo étnico, onde o intuito é observar as formas de expressão e de modos de vida de povos com culturas distintas e ditas “exóticas”.

- Turismo cultural entende o desejo de conhecer coisas novas, aumentar conhecimentos ou até satisfazer as necessidades espirituais (religião). Inclui o conhecimento de museus, monumentos, locais de peregrinação, visitas de estudo, etc.

- Turismo de natureza baseia-se na contemplação do mundo natural que desenvolve uma relação entre o homem e a Terra. Observação da fauna e flora, fotografia, alpinismo, canoagem e mergulho são algumas das atividades do turismo de natureza.

- Turismo de desporto é entendido como quando o visitante procura no destino atividades desportistas (golfe, esqui, futebol, etc.).

- Turismo de negócios é aquele que é motivado pelos negócios e profissões. O visitante participa em reuniões, congressos, missões ou feiras, fora da época de férias, o

que se torna um nicho muito importante, principalmente para combater a sazonalidade dos destinos.

Pode-se verificar que, muitas das vezes, existem num só mesmo destino turístico todos estes tipos de turismo ou, pelo menos, mais do que um, podendo na mesma viagem combinar os mesmos entre si. Assim, um destino de muitos atrativos é sempre uma mais-valia.

## **2.2 O desenvolvimento do turismo**

Através da História, verifica-se que a atividade turística já havia começado há muito tempo por vários povos e culturas. De uma forma geral, averigua-se que esta experiência era realizada por famílias mais abastadas, que procuravam atividades de lazer, até às classes mais baixas, que procuravam uma vida melhor. Numa forma geral, aponta-se que o turismo se inicia na Grécia antiga, ou seja, no século VII a.C., com o evento dos Jogos Olímpicos em Olímpia (OMT, 2003). Conhecido até aos dias de hoje como um dos maiores eventos desportivos do mundo, estes jogos foram responsáveis pela deslocação dos atletas e espectadores e pela criação de estabelecimentos para o alojamento e alimentação destes. Ao mesmo tempo tiveram início as peregrinações na Grécia aos oráculos para a contemplação dos Deuses. Por conseguinte, com a ascensão do Império Romano, o seu povo começa por desfrutar de eventos culturais que os faziam deslocar por todo o seu território. Frequentavam teatros, lutas de gladiadores e jogos circenses. A classe mais rica Romana fazia deslocações de veraneio e, por conseguinte, começavam a construir casas de férias em Capri e a passear pelo rio Nilo (Liccardo, 2010).

Na Idade Média as viagens e peregrinações religiosas são tendência. Ir a Santiago de Compostela e depois a Meca e de Jerusalém a Roma fez com que a construção de hospedarias fosse necessária, de forma a garantir condições aos peregrinos. Durante esta época são estabelecidas rotas comerciais e é definido um roteiro de viagem entre França e Santiago (OMT, 2003). Já no século XV, isto é, nos inícios da Idade Moderna, os povos começam a sentir necessidade de conquistar novas terras e culturas e, deste modo, são conhecidas agora as viagens marítimas. (Carvalho, 2015). Estas proporcionaram a descoberta de novos continentes, novas culturas e as trocas comerciais. Ficou conhecida como a era das novas rotas, novos mundos e novas gentes.

Em 1552, Charles Estienne cria o guia das estradas francesas, tendo em vista desmistificar as mesmas. A partir dos séculos XVII e XVIII, o turismo começa a ganhar forma quando os jovens aristocratas começam a deslocar-se de Inglaterra até ao centro e

sul da Europa. Este acontecimento intitula-se de *Grand Tour* (OMT, 2003). Estes jovens ingleses ricos vinham em busca de arte e cultura, e, por consequência, desenvolviam competências linguísticas, colecionavam pinturas e assistiam a peças musicais. Esta experiência durava meses ou até anos e, por norma, os jovens eram acompanhados de um guia conhecedor ou de um tutor. Em 1600 verificam-se os transportes coletivos em França e doze anos mais tarde, o escritor Francis Bacon define os roteiros e indicações de viagem (Cunha, 2010).

Posto isto, eclode a Revolução Industrial, em Inglaterra, que para além de ter sido fulcral no desenvolvimento tecnológico, desencadeou uma melhoria nas vias de comunicação por toda a Europa e o desenvolvimento do motor a vapor. Este acontecimento desencadeia o aparecimento de novas locomotivas, que asseguravam viagens mais rápidas, seguras e com maior conforto. Nasce, também, uma nova classe social: a burguesia. Para além disso, existem as primeiras feiras de negócios e o desenvolvimento do naturalismo e das viagens associadas (Machado, 2013).

No século XIX surge o turismo moderno, marcado por visitas organizadas em grupo por toda a Europa e Estados Unidos da América (EUA), que eram de âmbito histórico e cultural. Buscavam vestígios arqueológicos, monumentos e pirâmides. Com isto, desenvolveram-se e consolidaram-se grandes museus, gabinetes de curiosidades e as visitas a monumentos naturais, como grutas e montanhas (Magalhães, 2016).

Com o estímulo à inovação na estrutura e nos objetivos das viagens nascem figuras empreendedoras no turismo, como George Pullmann, que em 1860 cria nos EUA serviços de refeições e de alojamento nos comboios. Deste modo, estabelece contratos com empresas ferroviárias para o fabrico de vagões, tendo, mais tarde, fundado as suas próprias fábricas (Magalhães, 2016).

Henry Wells, em 1859, criou a agência *American Express Company* para o transporte de correio e mercadorias. Em 1882, o seu funcionário Marcelo F. Berry cria os *travel-checks*, que são ordens de pagamento em grande escala. Por conseguinte, Cesar Ritz cria a conhecida cadeia hoteleira internacional, tornando-se até aos dias de hoje uma referência no modelo de gestão. Por fim, Thomas Cook, o “pai do turismo moderno”, a partir de 1845 dedica-se à organização de viagens, criando o conceito de viagens organizadas que, nos dias de hoje, intitulam-se de pacotes turísticos. Em 1867 criou o *voucher* (Machado, 2013).

Posto isto, entende-se que diversos autores acreditam que o turismo possuiu fases distintas, onde, de forma geral, as mesmas divergem na sua baliza temporal. Acerenza

(1995) considera que existem seis etapas de desenvolvimento do turismo, tendo se desenvolvido nas viagens da Antiguidade e Idade Média. Por outro lado, Cunha (1997) acredita que o turismo teve o seu início no século XIX, destacando três etapas: a idade Clássica, a idade Moderna e a idade Contemporânea. A OMT, por fim, entende, a partir da bibliografia de Gee e Fayos-Solá (2003), que existiram cinco etapas evolutivas das viagens e turismo. Assim, o início foi denominado por Primórdios, tendo início nos princípios da humanidade até ao século V d.C., ou seja, compreende os deslocamentos dos povos das civilizações pré-históricas por busca de alimentos, abrigo e clima melhores. A etapa seguinte seria a Idade Média com o declínio do Império Romano. Nesta etapa verifica-se o início das peregrinações religiosas. A terceira etapa comporta o Renascimento, isto é, as viagens do *Grand Tour*. Posto isto, a etapa seguinte seria a Revolução Industrial, onde existiu a ascensão de uma nova classe de trabalhadores que requer o direito das férias anuais, tecnologia e tempo livre. A quinta e última etapa compreende o Turismo Moderno, tendo início no século XX e estendendo-se aos dias de hoje.

### **2.3 Contexto e tendências da hotelaria em Portugal e na Região Autónoma dos Açores**

Em Portugal, o Turismo é, numa primeira instância, influenciado por grandes escritores como Almeida Garrett, Eça de Queirós e Ramalho Ortigão, que descrevem nas suas obras como viajar enriquece a alma e o intelectual, evidenciando os aspetos educativos das mesmas (Cunha, 2010). Todavia, é Alexandre Herculano que consegue identificar os benefícios económicos que o Turismo pode trazer ao país. Em 1839 refere (Cunha, 2010):

*“Calculai quantos viajantes terão atravessado Portugal neste século. Credes que esses romeiros da arte voltam da romagem aos seus lares sem despendem muito ouro, e esqueceis que esse ouro fica por mãos portuguesas?”*

Por volta de 1860, em Portugal são erguidas muitas obras públicas a cargo de Fontes Pereira de Melo, vivendo-se assim um “boom económico” (Cunha, 2010). Porém, no final do século XIX, o país sofre uma crise profunda com a falência dos bancos e com uma balança de pagamentos deficitária. Assim, a conjuntura leva a que o Ministro da Fazenda, Mariano Carvalho, profira que *“Lisboa lucraria enormemente se pela afluência de passageiros aqui ficassem quantias avultadas”* (Cunha, 2010). Mais tarde, Anselmo de

Andrade também expõe como pensamento: “*o dinheiro dos viajantes como um dos meios para pagar a diferença entre o deve e haver da balança de comércio*”.

Todavia, foi a criação da Sociedade Propaganda de Portugal, em 1906, por Leonildo de Mendonça e Costa, que impulsionou o Turismo em Portugal. Esta foi responsável por não só divulgar o país pelo resto da Europa, mas também por modernizar o país, desde os transportes, serviços e até à hotelaria. Uma das suas ações mais relevantes passou por ligar Portugal com o resto da Europa através das linhas ferroviárias e por via marítima com a América.

A Sociedade era frequentada por personalidades pertencentes à classe alta, monárquicos republicanos, católicos, *maçons* e jornalistas e o objetivo era “*o desenvolvimento moral, intelectual e material do País e principalmente esforçar-se por que ele seja visitado e amado por nacionais e estrangeiros*” (*art.º 1.º dos Estatutos*) (Cunha, 2010). Em 1915 contavam com 16.000 membros, tendo em 1920 delegações em 143 localidades do país. Estas tinham o intuito de “*Organizar e divulgar o inventário de todos os monumentos, riquezas turísticas, curiosidades e lugares pitorescos do país e de concorrer para a atração de nacionais e de estrangeiros*” (Cunha, 2010).

Com a distribuição de folhetos até à realização de ações de propaganda em vários países da Europa e Américas, foram desenvolvidos em Paris *bureaux* que concentravam indivíduos de vários sítios para recolher informações sobre os países. Estes *bureaux* de Paris permitiram em Portugal o desenvolvimento de várias comissões, entre elas a de hotéis. Esta comissão tinha o objetivo de melhorar a qualidade da hotelaria em Portugal, passando uma “vistoria” para que os mesmos possuíssem a atribuição de uma placa a nomear “Recomendado” (Cunha, 2010). A placa dava à unidade hoteleira uma certificação de qualidade, permitindo ao hóspede a segurança de uma boa estada. Para além disso, é criado um curso de formação profissional na Casa Pia, onde, juntamente com a lei hoteleira, promoviam a construção de unidades em Portugal certificadas com conforto, higiene e segurança.

Nos finais do século XIX, verifica-se que as estâncias termais eram a principal atração da burguesia portuguesa. Procuravam nas mesmas o descanso e o lazer. Muitas destas estâncias acabaram por se desenvolver de tal forma que começaram por possuir outros serviços para satisfazer as necessidades de quem as frequentava – campos de jogos, casinos e hotéis, por exemplo.

Assim, nasce o primeiro destino turístico português: A Estação Marítima Climatérica, Termal e Desportiva do Estoril. Este queria despertar o interesse dos turistas estrangeiros,

uma vez que até então só os residentes frequentavam as estâncias termais. Deste modo, o Estoril passa a ser o primeiro centro turístico internacional de Portugal, culminando nele uma *“constelação de atrações e serviços garantes de uma produção turística diversificada”* (Cunha, 2010). Verificava-se que, para além de um clima ameno, iria possuir *“praia, as termas, as diversões e os desportos e, as segundas pelos hotéis, balneários, instalações desportivas (ténis, croquet, cricket, futebol e esgrima), o casino, o golfe, hipódromo, campo de tiro e um enorme parque com muitas dezena de hectares torneado por uma linha de tramways elétricos que se prolongaria até Sintra”* (Estoril, 1914). Todavia, a má qualidade dos hotéis fazia com que ninguém os frequentasse: *“Era principalmente a má qualidade e as más instalações, a falta de asseio e o mau serviço”* (Cunha, 2010).

Após a Guerra Mundial verificou-se a implementação de benefícios fiscais que, desta vez, foram a causa da modernização de vários hotéis em Portugal. Assim, na segunda metade do século XIX, foram construídos hotéis conhecidos até aos dias de hoje, como o Hotel do Bussaco, o Hotel da Avenida em Lisboa, o Hotel Palace de Vidago, o Hotel Palácio da Curia e o Hotel Palácio do Estoril. Anos mais tarde, o Algarve é descoberto pelos estrangeiros, tornando-se a pérola do país para as férias de Verão. Em 1973 aproximava-se a entrada de mais ou menos quatro milhões de turistas (Cunha, 1997).

Nos Açores, já existia a Sociedade Propagadora de Notícias Micaelenses, fundada em 1898, que tinha como objetivo divulgar a Ilha de São Miguel, de forma que a mesma se desenvolvesse. O Turismo nos Açores desenvolveu-se a partir de 1976 com a melhoria socioeconómica provocada pela Autonomia Administrativa.

Devido à sua posição geoestratégica viu-se chegar às ilhas diversas embarcações que procuravam descanso, comida e, conseqüentemente, negócio. Anos mais tarde, os Açores são um entreposto comercial da cultura da laranja, vinha e da indústria baleeira. É nesta época que vários cientistas conheceram as ilhas e procuraram investigar os fenómenos vulcânicos da mesma. Em 1842 ergue-se o primeiro hotel dos Açores no Faial em consequência do aparecimento de doentes americanos, que também foi a causa do desaparecimento dos turistas no arquipélago.

Deste modo, em 1927 é criada a fundação do Grémio dos Açores, em Lisboa, chamando-se mais tarde Casa dos Açores. Esta permitiu promover as nove ilhas dos Açores por terras continentais. Esclareceu os mitos e as falhas de informação e possuía exposições de produtos regionais. Além disso, foi criada a “Página Insular” nos jornais de Lisboa e Porto e a Semana dos Açores em 1979.

Ainda nos anos 30, surge o navio “Açor” que era responsável pelo transporte das famílias mais abastadas entre os Açores e o Continente. Na mesma altura chegavam *clippers* da Pan American e hidroaviões de outras companhias aéreas que despoletaram o conhecimento dos Açores no mundo. Assim, é criada a Sociedade Terra Nostra que tem o seu I congresso no Hotel Terra Nostra. Este possuía 40 quartos, três deles eram considerados de luxo. Após a sua abertura existiu necessidade de fazer das Furnas uma atração, surgindo a valorização da Lagoa das Furnas, o golfe da Achada e o Casino. O I congresso açoriano expôs as linhas fundamentais de desenvolvimento do turismo nos Açores, proclamando que a região tinha *“um clima suave, com uma oferta de estadia de verão e estações intermedias, águas medicinais e abundantes de composição e eficácia notáveis, paisagens soberbas, povo acolhedor e com tradições de grande valor folclórico”* (Almeida, C. 2016)

Posto isto, começaram as viagens entre Açores, Madeira e Continente até 1970, tendo aberto o aeroporto de Santa Maria nos anos 40. A Sociedade Açoreana de Transportes Aéreos, Lda (SATA) fica responsável pelas ligações entre São Miguel, Santa Maria e Terceira. O Pacote “Funchal” foi considerado em 1961 o maior navio alguma vez construído para servir os dois arquipélagos de Portugal. Este ligava a Horta e Angra do Heroísmo, uma vez que tinha sido criada a TUROTEL – Turismo e Hotéis dos Açores, S.A.R.L. requalificando a oferta turística da ilha Terceira e criando o Hotel de Angra. A década de 70 é marcada com a inauguração do Hotel Fayal e da Albergaria Cruzeiro em Angra. Os “Cruzeiros Insulana” ligavam Lisboa, Casa Blanca, Tenerife, Funchal e Ponta Delgada.

Deste modo, o turismo nos Açores vem se desenvolvendo ao longo dos anos, tendo emergido nas ilhas várias cadeias de hotéis, aeroportos e serviços turísticos. Verifica-se que a partir de 2015 dá-se a liberalização do espaço aéreo na RAA, que até então, *“caracterizado por uma situação de forte monopólio por parte das únicas duas companhias aéreas que operavam nas rotas domésticas, ou seja, entre o Arquipélago e as cidades de Lisboa e Porto”* (Zsembera, 2017). As companhias que operavam até à data eram a SATA e a TAP. Posto isto, passaram a ter como concorrência companhias de baixo custo como a *Ryanair* e a *Easyjet* em São Miguel e, posteriormente, na ilha Terceira. Este acontecimento fez abrir a região ao turismo, que até então crescia de forma lenta e gradual passando a ser um destino competitivo (Zsembera, 2017). Para além disso, no mesmo ano, dá-se a abertura de vários alojamentos locais, tendo sido um verdadeiro fenómeno na região até aos dias de hoje. Isto culminou no verdadeiro desenvolvimento

do turismo na Região, tendo os anos de 2018 e 2019 resultados nunca vistos. A RAA foi premiada em 2019 por ser o Arquipélago mais sustentável do mundo, ganhando, assim, o certificado de Destino Turístico Sustentável. A pandemia do COVID-19 foi o maior impasse na história do turismo na Região, estagnando o mesmo por um ano. Com o isolamento da população nas suas casas, verificou-se a obrigação de fechar todas as unidades de alojamento apresentando resultados negativos comparativamente a 2019:

*“A taxa de variação homóloga acumulada das dormidas globais foi de -71,2%.*

*Por tipologia de alojamento, a hotelaria tradicional apresentou uma variação homóloga acumulada de -71,7%, o turismo no espaço rural de -74,9%, as pousadas de juventude de -83,6%, os parques de campismo de -89,9% e o alojamento local de -68,4%.” (SREA, 2020).*

Com a melhoria da pandemia os resultados voltaram a melhorar, apresentando valores similares a 2019.

## 2.4 A atividade hoteleira

O turismo é, neste momento, um dos setores que mais contribui para o crescimento económico a nível mundial. Em Portugal o crescimento tem vindo a ser gradual, tornando-se fulcral para a economia do país. Deste modo, através do Decreto-Lei nº39/2008 de 7 de março são considerados empreendimentos turísticos:

- Estabelecimentos hoteleiros
- Aldeamentos turísticos
- Apartamentos turísticos
- Conjuntos turísticos (resorts)
- Empreendimentos de turismo de habitação
- Empreendimentos de turismo no espaço rural
- Parques de campismo e de caravanismo”

Assim, também pelo Decreto-Lei anterior, consideram-se como estabelecimentos turísticos:

*“os empreendimentos turísticos destinados a proporcionar serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições, e vocacionados a uma locação diária. Existem três grupos de estabelecimentos hoteleiros com as seguintes categorias:*

- *Hotéis*

- *Hotéis-apartamentos*
- *Pousadas* “.

Estes, através do Artigo nº3 da Portaria nº327/2008 de 28 de abril, são segmentados por “estrelas”. A segmentação é feita de um a cinco e as estrelas são atribuídas pelas características do empreendimento através de uma análise ao mesmo. Cada nível de estrelas apresenta as suas características obrigatórias e opcionais. O hotel é considerado uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se dos outros serviços (Beni, 2001). Nos dias de hoje existem diferentes conceitos de hotéis, desde os que entregam um serviço de luxo aos *low cost hotels*. Por conseguinte, a operação de um hotel é composta por serviços e/ou atividades, sendo divididos, por norma, em administrativo, reservas, compras, *Food & Beverage* (F&B), limpeza, lavanderia e manutenção.

Com o passar dos anos as obrigações e exigências nos hotéis são cada vez maiores, de forma que o serviço entregue ao cliente contribui para uma melhor experiência. Deste modo, é necessário criar estratégias competitivas para conseguir um bom posicionamento no mercado. Os gestores hoteleiros têm neste aspeto um importante papel, pois são eles que precisam agir em função das mudanças existentes no mercado, tendo como objetivo a criação de valor. Tendo em conta que todos os departamentos de um hotel são importantes para a contribuição de uma boa operação diária, verifica-se que o processo das reservas consegue ser direto ou indireto com o cliente. Este deve seguir um plano bem estruturado, evitando *overbookings* e cumprindo, por exemplo, com as *release dates* estipuladas em contrato com os operadores turísticos através de contratos de *Allotment*. O processo de compras é essencial para o estudo dos preços praticados no mercado, seja para negociação dos mesmos com os fornecedores e, também, prazos de entrega. A limpeza, lavanderia e manutenção são fundamentais para organizar e gerir o bom funcionamento do hotel e a experiência do cliente. Com o efeito, por exemplo, da pandemia do COVID-19, o processo de limpeza foi extremamente importante para oferecer segurança ao hóspede.

## **2.5 O surgimento do vírus SARS-CoV-2 e o seu impacto**

A COVID-19 (do inglês, *Coronavirus Disease 2019*) “é o nome atribuído pela Organização Mundial da Saúde à doença provocada pelo vírus SARS-COV-2, do grupo dos coronavírus, que pode causar infeção respiratória, cujos sintomas são semelhantes

*os de uma gripe, ou pode evoluir para uma condição mais grave, como pneumonia”* (DGS, 2020).

O vírus SARS-CoV já havia aparecido em 2002, sendo causador da Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS), que significa no inglês *Severe Acute Respiratory Syndrome*), tendo sido diagnosticado na China, primeiramente em Guangdong e depois se espalhado por 29 países infetando 8.096 indivíduos. Em 2012 o vírus é notado no Médio Oriente passando a se intitular de MERS-CoV (*Middle East Respiratory Syndrome*) espalhando-se por 27 países. A 31 de dezembro de 2019 são notados os primeiros casos do novo coronavírus, que mais tarde foi intitulado de SARS-CoV-2. O governo chinês anunciou à Organização Mundial da Saúde (OMS) alguns casos de pneumonia na cidade de Wuhan que, rapidamente se espalharam pelo mundo, uma vez que a época natalícia se torna propícia a mais viagens e encontros familiares. Posto isto, cronologicamente, a 30 de janeiro de 2020 a OMS declara a existência de um surto de emergência pública provocada pela doença do COVID-19.

A 2 de março de 2020, em Portugal são anunciados os dois primeiros casos de pessoas infetadas no país, colocando os funcionários públicos em teletrabalho ou isolamento profilático. No dia seguinte, o número de infetados passa para quatro, esgotando, assim, a capacidade de resposta a casos suspeitos nas unidades respetivas do Hospital São João e Santo António. A 8 de março algumas escolas superiores suspenderam as aulas por existirem alunos infetados, foram anunciadas algumas das linhas de crédito para apoio à tesouraria de empresas, a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) havia sido adiada para maio e a empresa de Transportes Aéreos Portugueses - TAP anunciou vários cancelamentos de voos. Mais alguns eventos são cancelados e as visitas aos hospitais, lares e estabelecimentos prisionais são suspensas. A DGS anuncia o encerramento de todas as escolas e restantes atividades, uma vez que até à data anteriormente mencionada Portugal já contava com 30 infetados. A OMS a 11 de março de 2020, qualifica a doença provocada pelo vírus SARS-CoV-2 como uma pandemia internacional. Até à data existiam 59 infetados. Os Açores entram em estado de alerta a 13 de março. No dia 15, em todo o território português já existiam 245 indivíduos infetados, dos quais 9 em cuidados intensivos. Portugal e Espanha limitam a circulação entre a fronteira terrestre. A 17 de março existem 448 casos de COVID-19 (Diário de notícias, 2020).

Deste modo, a 18 de março de 2020, através do Decreto do Presidente da República n.º 14-A/2020 no artigo 1.º “*É declarado o estado de emergência, com fundamento na verificação de uma situação de calamidade pública*”. Este abrangeu todo o território

nacional, iniciando-se a 19 de março de 2020 com um período de 15 dias que, mais tarde, foi alargado. Foram impostas restrições para “reduzir o risco de contágio e executar as medidas de prevenção e combate à epidemia” (Diário da República, 2020). Medidas estas como o confinamento dos indivíduos nas suas residências, instalação de cercas sanitárias que impedião as deslocações desnecessárias e injustificáveis. Apenas foram permitidas deslocações por *“desempenho de atividades profissionais, pela obtenção de cuidados de saúde, pela assistência a terceiros, pelo abastecimento de bens e serviços e por outras razões ponderosas, cabendo ao Governo, nesta eventualidade, especificar as situações e finalidades em que a liberdade de circulação individual, preferencialmente desacompanhada”*.

Na RAA, o governo regional fixa as cercas sanitárias em todos os concelhos da ilha de São Miguel a 2 de abril de 2020, tendo início a 3 de abril, uma vez que se encontrava numa situação epidemiológica onde o grau de transmissão do vírus já se encontrava elevado. As cercas sanitárias seguiam o mesmo intuito e as regras aplicadas a nível nacional. A esta data os Açores contavam com 63 casos confirmados espalhados pelas ilhas do Faial, Graciosa, Pico, São Jorge, São Miguel e Terceira. Assim, a COVID-19 em maio atingiu o seu maior pico de infetados, tendo as fronteiras terrestres, marítimas e aéreas praticamente todas fechadas.

Em junho de 2020 a doença já havia infetado milhões de indivíduos por todo o mundo matando milhares de pessoas. Em consequência, o crescimento do turismo foi interrompido, uma vez que a maioria dos indivíduos foi obrigada pelos governos dos países ao confinamento. De 216 países contaminados pelo SARS-CoV-2, o país mais afetado foi os Estados Unidos da América com o maior número de óbitos pelo vírus. Foram contabilizadas 119.923 mortes e 2.275.645 contaminados até à data de 22 de junho de 2020, onde no resto do mundo existiam 8.860.331 casos com 465.740 mortes (MARTIN et al, 2020).

Deste modo, verifica-se que a transmissão do vírus é feita por duas formas, contacto direto e indireto. Por contacto direto existe a disseminação de gotículas respiratórias produzidas por um indivíduo já infetado pelo vírus. Este, ao tossir, espirrar e falar sem precaução, deixa a menos de 2 metros ao redor de si gotículas que, inaladas ou tocadas na boca, nariz ou olhos de outro indivíduo, o deixam com a probabilidade de ficar infetado. Por contacto indireto o vírus transmite-se pelo toque das mãos numa superfície ou outro objeto já contaminado. A infeção neste tipo de contacto acontece da mesma forma que o contacto direto, uma vez que também é através do toque das mãos com os

olhos, boca e nariz ou por inalação de aerossóis que contêm o vírus. Este indivíduo já pode ser transmissor do vírus mesmo sem ter sintomas (DGS, 2020).

Assim, a DGS relata que o indivíduo que está infetado pelo SARS-CoV-2 poderá possuir os seguintes sintomas:

- febre (temperatura  $\geq 38.0^{\circ}\text{C}$ ) sem outra causa atribuível
- tosse
- dores musculares
- dificuldade respiratória ou falta de ar (dispneia), sem outra causa atribuível
- perda total do olfato (anosmia) ou parcial (hiposmia)
- ausência do paladar (ageusia) ou perturbação do paladar (disgeusia)

Estes sintomas são, por norma, ligeiros e só tendem a complicar quando o indivíduo já possui alguma doença crónica, idade superior a 60 anos ou idade igual ou inferior a 3 meses, grávidas e imunodepressão grave (DGS, 2020). Estes são inseridos num grupo de risco maior. Caso contrário, foi recomendado pela DGS descanso, ingestão de líquidos em abundância para evitar desidratação e a toma de medicamentos antivirais, anticorpos monoclonais e oxigenoterapia (DGS, 2020). Estes sintomas possuem um período de incubação de 5 a 6 dias, podendo variar entre 2 a 14 dias também. O período de infeção pode durar durante a permanência dos sintomas e até 10 a 20 dias após estes desaparecerem. Neste último caso, depende se o indivíduo está inserido num grupo de risco.

O diagnóstico da COVID-19 é feito por avaliação clínica com um médico ou através dos testes TAAN ou TRAg. O Teste molecular de amplificação de ácidos nucleicos (TAAN) trata-se dos testes socialmente conhecidos como PCR (*polymerase chain reaction*). É o método mais confiável e verídico, uma vez que são recolhidas amostras através de uma zaragatoa no nariz e/ou garganta e, posteriormente, analisadas em laboratório. O teste rápido de antigénio (TRAg) é igualmente feito com amostras recolhidas por uma zaragatoa no nariz e/ou garganta, todavia são acessíveis à população em espaços comerciais. Estes dão resultados no momento, mas, por vezes, não são tão autênticos como os TAAN.

Para além disso, foi desenvolvida a vacina COVID-19 e o seu plano de vacinação. Esta foi desenvolvida de forma a “prevenir o surgimento de doenças graves, hospitalização e a morte por infeção pelo vírus SARS-CoV-2” (DGS, 2020). Em Portugal a população tem ao seu dispor as vacinas:

- Comirnaty®
- Spikevax® (anteriormente COVID-19 Vaccine Moderna®)

- Vaxzevria® (anteriormente COVID-19 Vaccine AstraZeneca®)
- Jcovden® (anteriormente COVID-19 Vaccine Janssen®)
- Nuvaxovid®
- Comirnaty Original/Omicron®
- Spikevax bivalente Original/Omicron®
- Vidprevtyn Beta®

A toma da vacina é feita com uma idade igual ou superior a 5 anos, tendo prioridade os indivíduos com doenças de risco. Posto isto, há a possibilidade de tomar uma dose de reforço da vacina após um determinado período. Este reforço é destinado a todos os indivíduos que já usufruíram da primeira dose, com idade igual ou superior a 18 anos. Para além disso, há um reforço sazonal destinado aos grupos de risco e para indivíduos que possuem idades superiores aos 50 anos.

Deste modo, a OMS implementou medidas de proteção individual, de forma a prevenir o contágio do vírus SARS-CoV-2 como:

- Uso de máscara, principalmente em locais com grande concentração de indivíduos em que é difícil o distanciamento das mesmas;
- Tapar o nariz e boca ao tossir e/ou espirrar;
- Lavar e desinfetar as mãos frequentemente;
- Limpar e desinfetar as superfícies e objetos frequentemente;
- Distanciamento físico entre indivíduos evitando, assim, espaços com aglomerações de pessoas;
- Auto monitorização de sintomas;
- Manter espaços ventilados de forma natural evitando, assim, sistemas AVAC (Aquecimento, ventilação e ar condicionado).

Para viajar foi elaborado um certificado digital COVID da União Europeia. Todos os cidadãos que haviam sido vacinados, apresentassem um teste negativo e tenham recuperado da COVID-19 podiam utilizar o certificado para se deslocarem do seu país. Podiam ser emitidos na língua materna do viajante e também em inglês, sendo reconhecido por todos os 27 estados-membros da União Europeia. Possui um código QR e é gratuito. Este foi previsto apenas por um ano, mas foi prorrogado até 30 de junho de 2023. Todas estas informações COVID estavam disponíveis online para que toda a população possuísse acesso através do website do Serviço Nacional de Saúde (SNS).

A nível das empresas, a DGS também disponibilizou um conjunto de documentos com materiais de divulgação para que os colaboradores, clientes, fornecedores e os

demais se informassem e prevenissem. Para além disso, disponibilizou “Orientações e Circulares Informativas” (DGS, 2020), com as divulgações emitidas pela Direção Geral de Saúde com as medidas atuais no documento intitulado “*Saúde e trabalho – Medidas de prevenção da COVID-19 nas empresas*” com várias medidas e informações de como atuar em caso de casos positivos no contexto profissional (Figura 1).

Figura 1. Medidas a implementar para uma adequada e completa prevenção da COVID-19 nas empresas.

Fonte: Direção Geral de Saúde, 2020.



Além disso, foram disponibilizados guias e orientações para a limpeza e desinfeção dos ambientes, procedimentos de prevenção, controle e vigilância nas empresas, quais os equipamentos de proteção individual devem ser utilizados, entre outras informações tanto para o empregador e colaborador.

O Governo Regional dos Açores organizou a plataforma “Destino Seguro” onde partilhou informações sobre a pandemia do COVID-19. Assim, foram disponibilizados serviços online, contactos como a linha de saúde Açores e um email apenas para assuntos COVID, locais onde são possíveis testes gratuitos TRAg e os PCR, informações sobre a vacinação, materiais de divulgação, entre outros. Para além de todas as medidas de saúde pública acima descritas, o Governo Regional formalizou medidas económicas pela Secretaria Regional das Finanças, Planeamento e Administração Pública. Dentro destas doze existiram medidas para ajudar a manter postos de trabalho, linhas de crédito às

empresas, *layoff* simplificado, ajuda de custos específicos contabilizaram-se 16.186 candidaturas onde 14.150 foram aprovadas num valor de 111.934.851.52€. Assim, é de realçar o *layoff* simplificado, que consiste:

*“Destina-se a entidades empregadoras que se encontrem total ou parcialmente sujeitas ao dever de encerramento de instalações e estabelecimentos por determinação legislativa ou administrativa de fonte governamental, no âmbito da pandemia da doença COVID-19, sendo abrangidos os trabalhadores afetados por esse dever de encerramento”* (Segurança Social, 2022).

Esta medida foi essencial para que muitos dos recursos humanos das empresas não fossem dispensados definitivamente das empresas por falta de pagamento dos vencimentos. Assim, consistia em liquidar 70% de  $\frac{2}{3}$  da remuneração ilíquida do vencimento do colaborador sendo que a entidade empregadora liquidava os restantes 30%. Caso o vencimento fosse o correspondente à remuneração mínima mensal garantida (RMMG) a segurança social encarregava-se de liquidar os 100%. Posto isto, as entidades empregadoras foram isentas de pagar: *“contribuições a cargo da entidade empregadora referentes à totalidade das remunerações pagas aos trabalhadores abrangidos pelo apoio extraordinário à manutenção do contrato de trabalho, mantendo-se a quotização de 11% relativa ao trabalhador e ao membro do órgão estatutário”* (Segurança Social, 2022).

Para além disso, no período de confinamento foram iniciados os processos de teletrabalho que, ajudaram a colmatar a falta de presença dos recursos humanos nas empresas. Este fator ajudou a que alguns negócios não parassem a 100% garantindo, uma vez que das suas residências, através dos computadores dos colaboradores fossem possíveis os contactos entre colegas, chefias, reuniões, utilização dos *softwares*. Algumas empresas continuam a utilizar este método que se desenvolveu na pandemia, de forma a reduzir custos como os do escritório dando, aos colaboradores mais liberdade de horário e espaço de trabalho.

## **2.6 Selo “Clean and Safe” e “Visita Portugal”**

Uma das medidas desenvolvidas pelo Turismo de Portugal a fim de colmatar a paragem do setor turístico nacional foi o selo *“Clean and Safe”*, que se observa na Figura 2.

Figura 2. Selo “Clean and Safe”.

Fonte: Visit Portugal, 2020



Esta medida serve para “sensibilizar todos os intervenientes na cadeia de valor do Turismo – desde o alojamento e a restauração, até ao rent-a-car e aos guias-intérpretes passando pela animação turística e pelo golfe - para os procedimentos mínimos de segurança sanitária a adotar” (Turismo de Portugal, 2020).

O objetivo deste selo é fazer de Portugal um destino seguro de se visitar, uma vez que os alojamentos que o possuem afixado sinalizam que os requisitos mínimos de higiene, de limpeza e de distanciamento social estão a ser cumpridos. A medida não só permitiu que as empresas pudessem voltar a laborar, como demonstrou aos visitantes segurança e confiança que o alojamento e o país estariam a evitar a transmissão do vírus SARS-Cov-2.

Deste modo, a medida destinou-se a:

- *“Selo "Clean & Safe" para Aeroportos e Empresas de Assistência em Escala*
- *Selo "Clean & Safe" para Agências de Viagens e Turismo*
- *Selo "Clean & Safe" para Alojamento Local*
- *Selo "Clean & Safe" para Empresas de Animação Turística*
- *Selo "Clean & Safe" para Áreas de Serviço de Autocaravanas*
- *Selo "Clean & Safe" para Campos de Golfe*
- *Selo "Clean & Safe" para Casinos e Salas de Jogo do Bingo*
- *Selo "Clean & Safe" para Centros de Ciência Viva*
- *Selo "Clean & Safe" para Empresas de Congressos e Eventos*
- *Selo "Clean & Safe" para Empreendimentos Turísticos*
- *Selo "Clean & Safe" para Equipamentos Culturais Municipais*

- *Selo "Clean & Safe" para Geoparques*
- *Selo "Clean & Safe" para Guias Intérpretes*
- *Selo "Clean & Safe" para Hotéis de Aplicação*
- *Selo "Clean & Safe" para Museus, Palácios, Monumentos e Sítios*

#### *Arqueológicos*

- *Selo "Clean & Safe" para Postos de Turismo*
- *Selo "Clean & Safe" para Recintos de Espetáculos*
- *Selo "Clean & Safe" para Empresas de rent-a-car*
- *Selo "Clean & Safe" para Estabelecimentos de Restauração e Bebidas*
- *Selo "Clean & Safe" para as Termas de Portugal” (Turismo de Portugal, 2020).*

Assim, no caso dos empreendimentos turísticos, para efetuarem a sua adesão ao selo deviam aceder ao Registo Nacional dos Empreendimentos Turísticos (RNET) na plataforma digital do Turismo de Portugal e preencher a declaração de compromisso.

Todavia, foram estabelecidos requisitos a cumprir pela empresa, de forma que possa fazer uso do selo “*Clean and Safe*” como os seguintes:

- *“formação a todos os colaboradores;*
- *auto monitorização diária;*
- *cumprimento das orientações da Direção Geral de Saúde para limpeza nos estabelecimentos;*
- *regras de organização do serviço;*
- *disponibilização de informação aos clientes” (Turismo de Portugal, 2020).*

A formação, por exemplo, seria de duas sessões de duas horas, onde a plataforma iria ensinar os métodos corretos de higiene, limpeza e medidas de prevenção e controle do vírus. Deste modo, ao finalizar com sucesso a formação, o formando ficaria com um esboço do protocolo interno da sua empresa. Posto isto, depois de preencher a declaração de compromisso acima mencionada, finalizar a formação e cumprir as medidas de prevenção da transmissão do vírus SARS-CoV-2, é atribuído ao selo o RNET associado e a empresa já o pode afixar fisicamente no alojamento e nos seus canais e plataformas de divulgação e venda.

O selo, numa primeira instância, só iria estar válido até 30 de abril de 2021, sendo depois prorrogado até abril de 2022. Nos dias de hoje, este permanece opcional e gratuito até 2024, desde que as medidas sejam cumpridas. De forma a controlar se as empresas

estariam a executar os requisitos estabelecidos anteriormente, o Turismo de Portugal comprometeu-se a realizar fiscalizações com auditorias nos alojamentos. Estas são de carácter aleatório.

Como forma de minimizar o impacto existente no setor, da mesma forma o Turismo de Portugal e o governo criaram o Programa de Incentivo ao Consumo “Visita Portugal” (Figura 3) como promoção do destino.

Figura 3. Programa de incentivo “Visita Portugal”.

Fonte: Turismo de Portugal, 2020



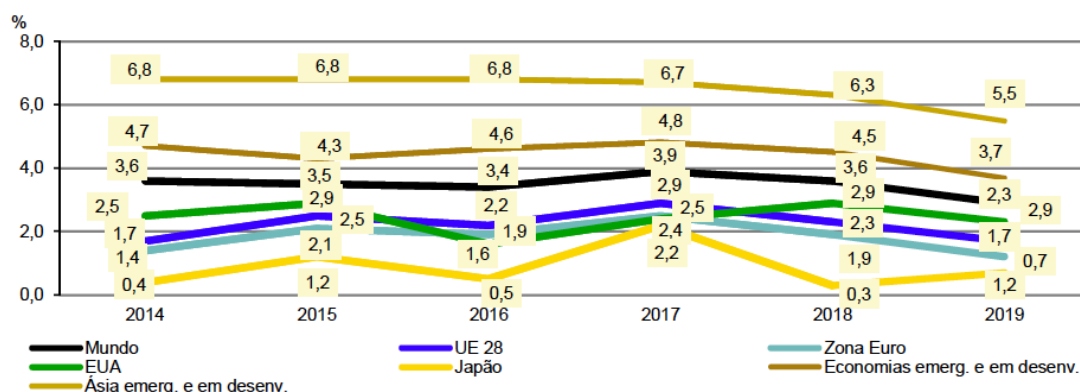
Este é “*uma iniciativa que visa estimular a procura interna e proporcionar um incentivo ao consumo num ambiente de negócios ainda frágil, mediante a criação de condições mais competitivas na oferta de produtos e serviços turísticos*”. Vigorou até 15 de dezembro de 2020 e “*traduz-se num incentivo ao consumo, concretizado 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*” (Turismo de Portugal, 2020).

## 2.7 O impacto do COVID-19 no turismo português

O PIB dos países considerados como as grandes economias mundiais (Reino Unido, França, Itália, Canadá e EUA) já havia desacelerado em 2019 (FMI, 2020). Assim, apenas a Alemanha e o Japão apresentaram um ligeiro aumento, como se verifica pela Figura 4.

Figura 4. Taxa de crescimento do PIB, 2014 – 2019.

Fonte: FMI - World Economic Outlook Update - abril 2020

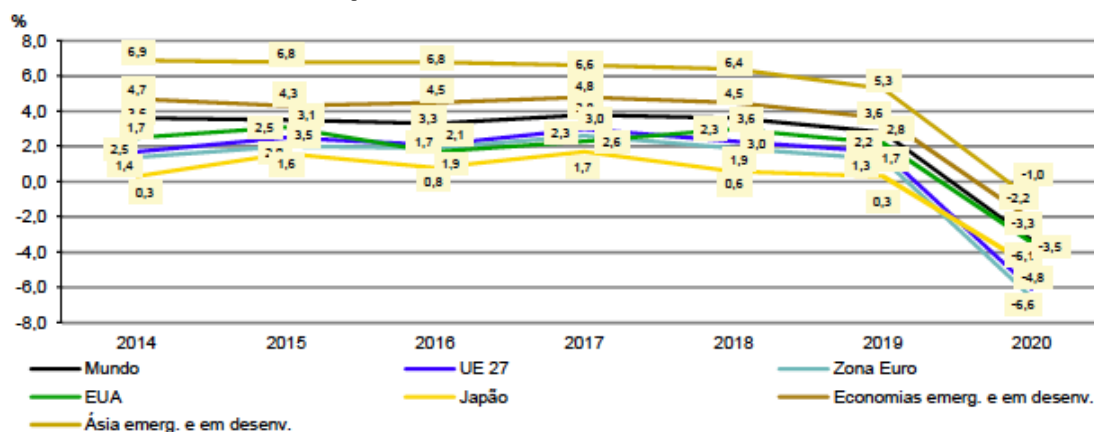


Deste modo, verifica-se, que o decréscimo existente do PIB das regiões infra identificadas é resultado da diminuição, também, do número de chegadas de turistas que se situou no valor de 1,5 mil milhões (UNWTO, 2020).

Em 2020 com o aparecimento do vírus SARS-CoV-2, o PIB destas mesmas regiões registou variações negativas, tendo o Reino Unido o pior desempenho e os EUA o que apresentou uma menor variação comparativamente ao ano anterior, como se verifica na Figura 5.

Figura 5. Taxa de crescimento do PIB, 2014 – 2020.

Fonte: FMI - World Economic Outlook Update - abril 2021



Posto isto, o número de chegadas de turistas internacionais regrediu 73,1%, uma vez que diminuiu para apenas 394 milhões de turistas. Este valor tem por base os acontecimentos e medidas tomadas para evitar a transmissão do vírus SARS-CoV-2, onde se verificou a paragem do sector do turismo mundial. A Europa manteve-se como referência para destino em 2019 e 2020, isto é, antes e depois da pandemia do COVID-19.

No que toca a Portugal, em 2019 este contou com um PIB de 212,3 mil milhões de euros (INE, 2020). O valor foi um aumento de +2,2% comparativamente com o ano anterior ao respetivo. Assim, foi indicado que a rubrica de viagens e turismo havia contribuído para a balança de pagamentos portuguesa mais 5,3% sendo que *“As receitas/créditos continuaram a aumentar totalizando 18,4 mil milhões de euros. Este aumento foi, contudo, inferior ao verificado em 2018 (+8,1% após +9,7% em 2018). As despesas/débitos em viagens e turismo atingiram 5,3 mil milhões de euros em 2019, com um aumento de 15,6% (+13,2% em 2018), refletindo uma aceleração face à evolução das receitas”*. (INE, 2020).

Em 2020, Portugal registou um PIB de 202,5 mil milhões de euros, o que, homologamente, é uma variação de -7,6% (INE, 2021). Este valor deve-se ao impacto negativo da pandemia no país, que fez com que a rubrica viagens e turismo da balança de pagamentos diminuísse 62,2% onde *“As receitas/créditos (exportações de turismo) diminuíram significativamente face a 2019 (-57,6%, após +7,3% em 2019), totalizando 7,8 mil milhões de euros. As despesas/débitos em viagens e turismo (importações de turismo) registaram igualmente uma forte redução em 2020 (-46,1%, +13,1% em 2019), embora menor que a das receitas/créditos, atingindo 2,8 mil milhões de euros”* (INE, 2021).

Através das Estatísticas do Turismo lançadas em 2020 pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), verifica-se que *“Em julho de 2019, estavam em atividade 1 923 estabelecimentos hoteleiros, incluindo hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, Quintas da Madeira, apartamentos e aldeamentos turísticos, refletindo um aumento global de 3,1% face a julho de 2018, inferior ao crescimento de 6,1% registado no ano anterior”*.

Com base no documento de edição de 2021, verificou-se uma diminuição em 2020 do número de estabelecimentos hoteleiros: *“estavam em atividade 1 569 estabelecimentos da hotelaria, incluindo hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, Quintas da Madeira, apartamentos e aldeamentos turísticos, refletindo uma diminuição global de 18,4% face a julho de 2019”* (INE, 2021). Assim, a hotelaria em 2019 possuía uma oferta de *“146,2 mil quartos e 328,6 mil camas”* (INE, 2020). E consequência há diminuição do número estabelecimentos hoteleiros em atividade em 2020, entende-se que a oferta também foi reduzida em *“116,8 mil quartos e 260,7 mil camas (-20,2% e -20,7%, respetivamente, face a igual mês de 2019)”* (INE, 2021). As Figuras 6 e 7 mostram a diferença no número de camas por região que existiu entre o período pré e pós pandémico.

Figura 6. Oferta do número de camas por tipo de estabelecimento hoteleiro e por região, em 2019.

Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2019, edição 2020.

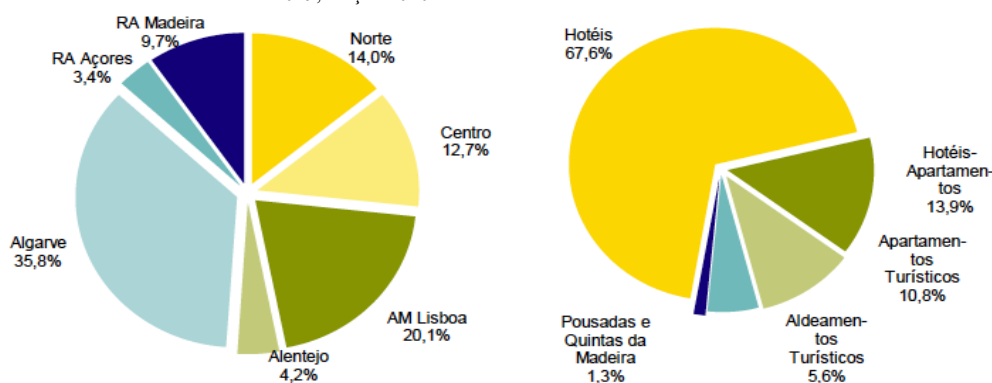
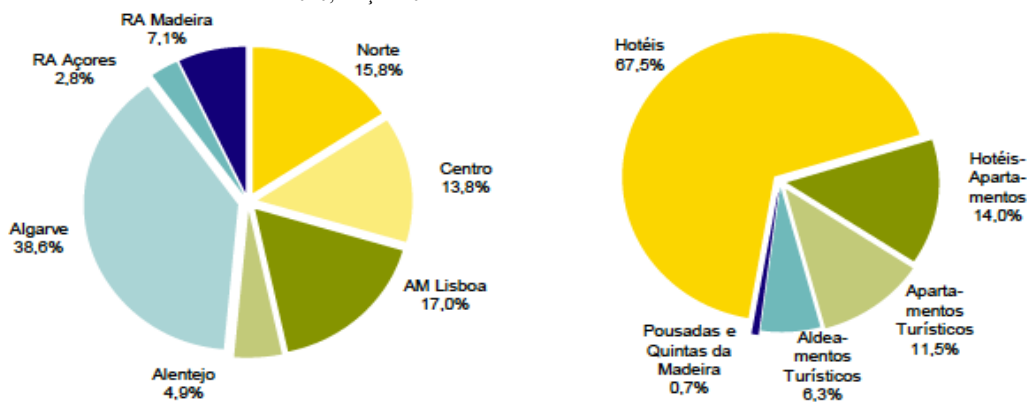


Figura 7. Oferta do número de camas por tipo de estabelecimento hoteleiro e por região, em 2020.

Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2020, edição 2021.



A redução foi consequência das medidas tomadas para evitar a transmissão do vírus, onde averiguou-se a paragem total do setor. Algumas empresas viram-se forçadas a cessar atividade por falta de recursos financeiros como também humanos. Esta redução de unidades foi de -1,8%.

Os valores de 2019 haviam crescido, comparativamente a 2018 destacando-se os Açores com +5,4%, as regiões do Norte com +4,4% e Área Metropolitana de Lisboa com +4,1%. A região com mais camas de Portugal permanece a ser o Algarve, com 35% da oferta acima mencionada. Os hotéis são, em 2019, o tipo de alojamento que mais conseguiu oferecer camas. Em 2020, o Algarve permaneceu a ser o território que concentrava a maioria da oferta acima descrita, sendo a mesma de 38,6%. De seguida a Área Metropolitana de Lisboa com 17%, o Norte com 15,8% e o Centro com 13,8% (INE, 2021). Esta permanência em 2020 por ser, maioritariamente, por parte dos hotéis.

No que toca a dormidas, no ano anterior à pandemia do COVID-19, a hotelaria registou 21,6 milhões de hóspedes, que, consequentemente, proporcionaram 58 milhões

de dormidas. Assim: *“As dormidas em hotéis representaram 72,1% das dormidas na hotelaria, com destaque para as unidades de quatro e três estrelas (48,8% e 22,3% das dormidas em hotéis, respetivamente). Em termos de dormidas na hotelaria, os hotéis-apartamentos foram a segunda tipologia mais relevante (13,6%)”* (INE, 2020).

Em 2020, verificou-se uma ligeira diminuição nas dormidas em hotéis, isto é, 70,9%. Mantiveram-se destacadas as unidades de quatro e três estrelas. Os hotéis-apartamentos em tempo de pandemia foram a segunda escolha dos consumidores com a mesma percentagem do ano anterior.

As dormidas no mercado interno de residentes aumentaram em 2019 comparado com o ano anterior (+4,8%). Porém, em 2020 as estadas diminuíram em 36,1%. Destacando-se a *“RA Açores (-55,8%), AM Lisboa (-51,1%) e RA Madeira (-45,3%). O Algarve e Alentejo registaram os menores decréscimos (-22,9% e -28,0%, respetivamente)”* (INE, 2021).

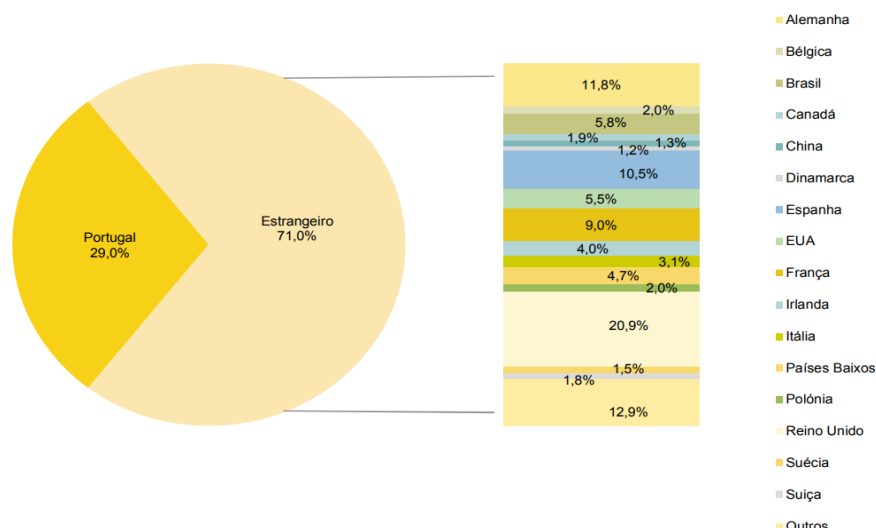
O Algarve permanece como principal destino para os portugueses viajarem em ambos períodos homólogos. Os hotéis também são a escolha de alojamento hoteleiro dos portugueses, seguindo-se os hotéis-apartamentos.

As dormidas de não residentes em 2019 atingiram 41,2 milhões, diminuindo 75,3% em 2020, apresentando, assim, um valor de 10,2 milhões de turistas. Os mercados externos na pré-pandemia já haviam perdido representatividade em 2019 com o aumento do mercado interno, todavia em 2020 apenas registaram uma quota de 48,6% (INE, 2021). As regiões que concentram mais as dormidas do mercado externo foram o Algarve e a Área Metropolitana de Lisboa. Os estrangeiros procuraram maioritariamente os hotéis para as suas estadas em ambos períodos.

Assim, os principais mercados emissores na hotelaria em Portugal, ou seja, o Reino Unido, a Alemanha, Espanha, França, Brasil, Estados Unidos da América (EUA), Países Baixos, Irlanda, Itália, Polónia, Bélgica, Canadá, Suíça, Suécia, China e Dinamarca representaram 87,1% das dormidas de não residentes na hotelaria portuguesa em 2019, como se verifica na Figura 8.

Figura 8. Dormidas de não residentes na hotelaria em 2019.

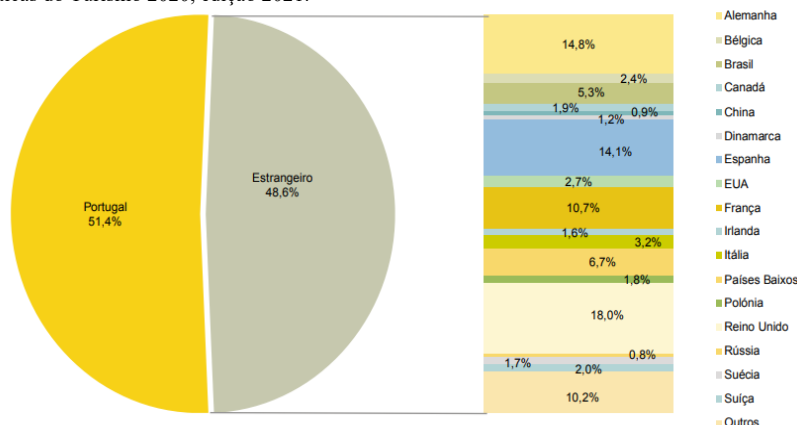
Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2019, edição 2020.



No ano da pandemia, o cenário que se entende com a Figura 9 é que o mesmo não permaneceu.

Figura 9. Dormidas de não residentes na hotelaria em 2020.

Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2020, edição 2021.



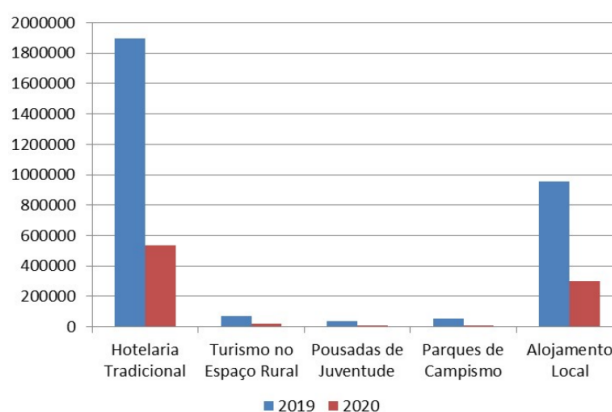
Deste modo, numa primeira instância entende-se que existe uma troca no mercado predominante a nível de dormidas em Portugal, uma vez que em 2019 o mercado interno apenas possuía uma quota de 29% e o externo de 71%. Em 2020, 51,4% são de residentes a dormir em Portugal com uma diminuição de 22,4% de estrangeiros a escolher o país para destino de férias. No que toca aos mercados emissores, verificou-se algumas alterações, dado que países como a Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Itália, Países Baixos, Suécia e a Suíça conseguiram aumentar as suas quotas de emissão de turistas, mesmo que no total esse valor tenha apresentado uma redução. A Rússia conseguiu em 2020 se integrar nos países de maiores emissões de turistas a dormir em Portugal. Todavia, os mercados como o Reino Unido, Brasil, China, EUA, Irlanda, Polónia e os outros restantes perderam quota como mercados emissores externos.

A estada média em 2019 era de 2,69 noites, onde as regiões com mais número de noites dormidas eram a Região Autónoma da Madeira com 5,17 noites, de seguida o Algarve com 4,28 noites e, por fim, a Região Autónoma dos Açores com 2,95 noites. O centro e o Alentejo registaram as estadas mais curtas nacionais. Posto isto, em 2020 a estada média na hotelaria era de 2,53 noites, tendo reduzido 6% em comparação com o ano anterior. A nível das regiões com mais estadas longas e curtas, verifica-se que permaneceram as mesmas, sendo que com um número de noites mais reduzido, comparativamente.

Nos Açores, através dos dados disponíveis pelo Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA), os Açores antes da pandemia do COVID-19 contavam com 100 unidades hoteleiras tradicionais. Em 2020 viu esse número diminuir para 61, revelando as drásticas consequências da pandemia no turismo regional. O ano contou com 866,2 mil dormidas na Região, alertando que o despoletar da propagação do vírus foi no último mês do primeiro trimestre. Deste valor, verifica-se que 536,2 mil dormidas pertenceram à hotelaria tradicional. Em termos homólogos com o ano de 2019 as dormidas globais da Região apresentaram uma diminuição de -71,2%, tendo a hotelaria tradicional um decréscimo de -71,1% como se pode verificar na Figura 10.

Figura 10. Dormidas por tipologia de alojamento em 2019 e 2020.

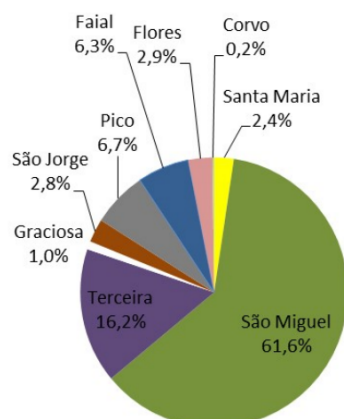
Fonte: Estatísticas do turismo – janeiro a dezembro de (SREA, 2021).



Assim, dividindo o valor das dormidas de 2020 pelas nove ilhas dos Açores, denota-se que 61,6% dizem respeito à ilha de São Miguel, 16,2% à ilha Terceira e 6,7% à ilha do Pico. Posto isto, 6,3% pertenceram à ilha do Faial, 2,9% à ilha das Flores e 2,8% à ilha de São Jorge. Por fim, 2,4% à ilha de Santa Maria, 1% à ilha da Graciosa e 0,2% à ilha do Corvo (Figura 11).

Figura 11. Percentagem de dormidas por ilha em 2020.

Fonte: Estatísticas do turismo – janeiro a dezembro de (SREA, 2021).



Deste modo, entende-se que a pandemia da COVID-19 trouxe profundas mudanças económicas na região com a abrupta diminuição de dormidas na região, fazendo com que muitas unidades tivessem de fechar portas durante meses, parando a sua operação por completo.

## CAPÍTULO III – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O presente capítulo propõe apresentar uma resposta à questão de investigação deste trabalho, isto é, determinar qual foi o impacto que a pandemia do COVID-19 teve na gestão hoteleira e os seus consequentes resultados. Assim, serão descritos os métodos utilizados, desde a forma como foram obtidos e analisados, tendo como base a opinião de vários hotéis.

### 3.1 Escolha do método e técnica de investigação

O enquadramento teórico sobre o tema identifica duas derivações metodológicas, uma baseada no paradigma quantitativo ou positivista e outra baseada no paradigma qualitativo ou interpretativo (Coutinho, 2011; Sousa & Baptista, 2011; Veal, 2006). No que toca ao paradigma quantitativo, verifica-se que este identifica e apresenta dados, indicadores e tendências. Deste modo, torna-se mais adequado para trabalhos de investigação onde os dados necessitam serem medidas quantificáveis que têm por base amostras de uma população para serem retiradas conclusões e, assim, serem apresentadas análises estatísticas (Veal, 2006). Coutinho (2011: 24) define a perspetiva quantitativa nas Ciências Sociais e Humanas como:

*“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.”*

Posto isto, o paradigma qualitativo pretende compreender os problemas, os comportamentos, atitudes e valores. Para o efeito, não é problema a validade e fiabilidade dos instrumentos, uma vez que possui um carácter indutivo e descritivo. Por conseguinte, o estudo qualitativo faz-se a partir da análise de padrões nos dados utilizados, não dando prioridade a que estes sejam numéricos como o quantitativo. Estes são recolhidos a um grupo restrito e representativo da amostra pretendida (Veal, 2006). O objeto de estudo deste método são as intenções e situações, referindo-se mais propriamente à investigação de ideias, ações individuais e interações sociais (Coutinho, 2011). O presente estudo tem por base os métodos quantitativo e qualitativo.

### 3.2 Problemática e objetivos da investigação

A pandemia do COVID-19 fez abrandar o desenvolvimento do turismo a nível mundial. A drástica diminuição dos voos, as restrições das viagens, o fecho temporário/definitivo das unidades de alojamento, a diminuição de recursos humanos e financeiros e as medidas de confinamento são algumas das consequências da pandemia.

Deste modo, surge a necessidade de estudar qual o real impacto da pandemia de COVID-19 no que toca à gestão hoteleira. Este estudo não só compreenderá o nível de satisfação com os processos implementados nesta situação de crise, como também compreenderá como agir nas próximas.

Deste modo, o trabalho de investigação dirige para o levantamento e estruturação de sete questões de investigação, sendo estas:

1. Conhecer a posição existente da hotelaria da RAA perante a pandemia;
2. Identificar os desafios sentidos no decorrer da pandemia;
3. Analisar as medidas implementadas no combate aos efeitos do vírus SARS-CoV-2;
4. Entender como as medidas adotadas durante a pandemia foram ponderadas, alteradas ou eliminadas após a mesma e como decorreu a recuperação da atividade, ou seja, compreender os efeitos da resiliência nestes negócios;
5. A hotelaria na RAA estava preparada para situações de crises sanitárias ou outras, possuindo todos os requisitos de ultrapassagem, de forma a não recorrer ao fecho definitivo das unidades;
6. As medidas de saúde pública e governamentais da pandemia do Covid-19 foram suficientes para ultrapassar os efeitos da mesma, não alterando a posição de mercado do hotel;
7. A hotelaria ficou mais bem preparada para situações de crise, conseguindo ultrapassar os desafios sentidos e desenvolver ideias novas desta fase.

Sendo que a amostra recolhida não é vasta, não foram colocadas hipóteses para comprovar as questões de investigação, uma vez que não representariam a hotelaria da Região Autónoma dos Açores.

No capítulo seguinte vão ser discutidos os dados recolhidos pelo inquérito por questionário aplicado, verificando se existem respostas para as questões de investigação colocadas.

### **3.3 Amostra e recolha de dados**

O número de hotéis na RAA tem vindo a crescer ao longo dos anos. Em 2022, contavam-se 105 estabelecimentos de hotelaria. Nestes estão incluídos hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas e apartamentos turísticos (INE, 2023). Neste trabalho recorreu-se à técnica de amostragem não probabilística por conveniência, onde são selecionados elementos da população para integrar a amostra por conveniência, ou seja, por estarem disponíveis ou acessíveis ao investigador (Sousa e Batista, 2011), tendo-se obtido 52 respostas. Estas incluem hotéis de duas, três, quatro e cinco estrelas, hotéis-apartamentos e pousadas.

A recolha dos dados foi realizada através de um inquérito por questionário online com o recurso ao *Google Forms*, de forma a se obter o maior número possível de respostas válidas. O questionário possuiu uma baliza temporal de um mês, contendo respostas desde 04 de agosto de 2023 até 04 de setembro de 2023.

### **3.4 Instrumentos de recolha de dados**

O questionário desenvolvido (Anexo 1) com vista à recolha de dados possuiu quatro questões de resposta aberta, que serão analisadas através do paradigma qualitativo, e dezanove respostas fechadas analisadas pelo paradigma quantitativo. Assim, as primeiras perguntas do questionário abordam a caracterização da amostra, isto é, a classificação, localização e dimensão do hotel. Posto isto, são feitas questões de forma a compreender o impacto existente da pandemia do COVID-19 no hotel correspondente da amostra. Estas visam apurar os desafios sentidos e que estratégias foram aplicadas nos hotéis. A seguir, são compreendidas as medidas sanitárias que foram aplicadas para garantir a segurança dos hóspedes e colaboradores e a importância das que foram impostas pelas estruturas governamentais.

Para além disso, é estudada a utilidade das medidas numa escala ordinal (Nada úteis, Pouco úteis, Úteis e Muito úteis), de forma a medir o nível de satisfação dos diretores de hotéis da amostra. Por conseguinte, são colocadas questões para perceber as alterações e implementações a nível tecnológico e de restauração, caso possuam. É, também, entendido se existiu alteração nos mercados emissores dos hotéis com a pandemia do COVID-19, analisando o antes e o depois. Por fim, o questionário incide sobre a época

pós pandemia, entendendo as medidas, medos e inseguranças que prevaleceram e as ideias que nasceram em tempos de crise.

### **3.5 Análise de dados**

Como já mencionado anteriormente, o inquérito por questionário foi dirigido aos diretores das unidades hoteleiras. Acredita-se que os mesmos e a sua equipa foram, em época de pandemia, os responsáveis por entender quais as medidas que melhor se aplicariam nos alojamentos. Após a fase de recolha dos dados, procedeu-se à fase de análise e tratamento dos mesmos. Assim, foi fundamental proceder, primeiramente, à avaliação de todas as respostas para entender a possibilidade de existirem *outliers*, ou seja, valores fora do normal. Após concluir que todas as respostas eram válidas, procedeu-se à análise e apresentação dos dados.

No presente estudo, foram utilizadas técnicas de análise de dados univariada, tendo em atenção as características associadas ao questionário utilizado e aos objetivos da investigação. Assim, para a análise de algumas respostas utilizou-se o software IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences, versão 29). Deste modo, é possível analisar os dados, de forma a discutir os dados que se irão obter.

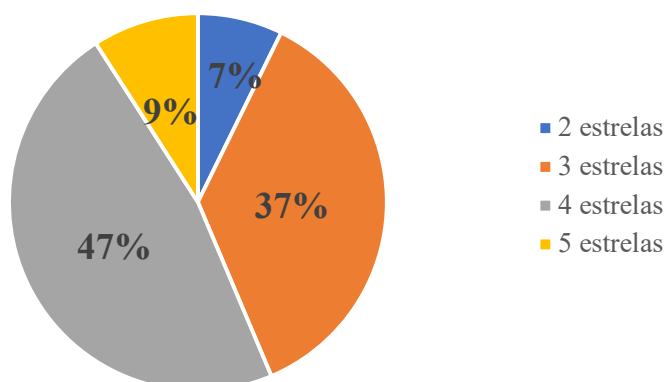
## CAPÍTULO IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo pretende apresentar, analisar e discutir os resultados obtidos pelo questionário por inquérito realizado. A apresentação dos resultados foi dividida em três partes, onde a primeira analisa o perfil dos hotéis que responderam ao mesmo. Posto isto, são interpretadas as respostas referentes ao impacto existente da pandemia do COVID-19 e a satisfação das medidas implementadas. Por fim, é estudado o pós-pandemia, onde é percebido se alguma boa ideia surgiu numa época de crise.

### 4.1 Análise do perfil dos estabelecimentos hoteleiros

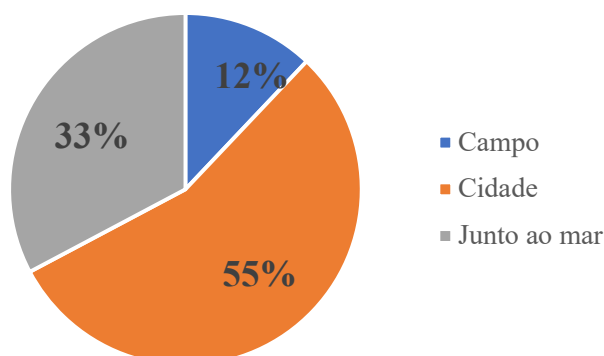
Das 52 respostas recebidas pelo inquérito por questionário realizado aos diretores de hotéis da RAA, foi possível classificar, localizar e dimensionar a amostra, verificando-se o perfil dos estabelecimentos hoteleiros. Deste modo, através da Figura 12, a amostra é na sua maioria composta por hotéis de 4 estrelas (47%), seguindo-se os de 3 estrelas (37%), de 5 estrelas (9%) e, por fim, de 2 estrelas (7%).

Figura 12. Classificação dos hotéis.



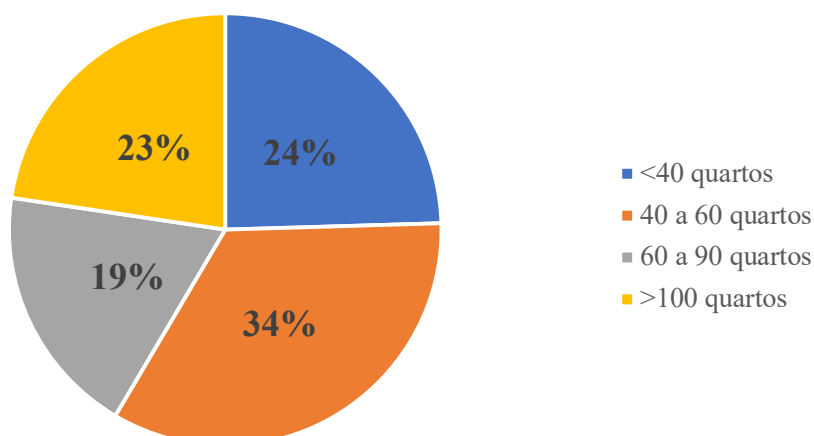
Deste modo, a Figura 13 indica que os hotéis da amostra se localizam em maior parte na cidade (55%), seguindo-se os hotéis localizados junto ao mar (33%) e, em menor parte, os localizados no campo (12%).

Figura 13. Localização dos hotéis.



Posto isto, a dimensão do hotel mais indicada pelos inquiridos foi de 40 a 60 quartos com 34%. Seguindo-se os hotéis com uma quantidade menor do que 40 quartos (24%), os com uma capacidade superior a 100 quartos (23%) e, por fim, os que possuem 60 a 90 quartos, respetivamente (Figura 14).

Figura 14. Dimensão dos hotéis.



Utilizando o SPSS foi possível desenvolver a Tabela 1, com recurso a uma análise de dados univariada, isto é, o procedimento das Frequências.

Tabela 1. Caracterização do perfil dos estabelecimentos hoteleiros (Frequência Absoluta e Percentagem).

		Frequência %	
O seu Hotel é classificado por:	2 estrelas	4	7.7%
	3 estrelas	18	34.6%
	3 estrelas, 4 estrelas	1	1.9%
	3 estrelas, 4 estrelas, 5 estrelas	1	1.9%
	4 estrelas	24	46.2%
	5 estrelas	4	7.7%
	Total	52	100.0%
Localiza-se onde?	Campo	5	9.6%
	Campo, Cidade, Junto ao mar	1	1.9%
	Campo, Junto ao mar	1	1.9%
	Cidade	28	53.8%
	Cidade, Junto ao mar	3	5.8%
	Junto ao mar	14	26.9%
	Total	52	100.0%
Qual a dimensão do seu hotel?	<40 quartos;	13	25.0%
	>100 quartos.	11	21.2%
	40 a 60 quartos;	18	34.6%
	60 a 90 quartos;	9	17.3%
	60 a 90 quartos; >100 quartos.	1	1.9%
	Total	52	100.0%

Pode-se assumir que pela amostra extraída, os hotéis na RAA são na sua maioria de 4 estrelas, localizados na cidade e com uma capacidade de alojamento de 40 a 60 quartos.

#### 4.2 Análise do impacto do COVID-19 na gestão hoteleira

Numa primeira instância, foi questionado como o responsável pelo hotel descreveria o impacto do COVID-19 no setor, tendo existido respostas como as descritas na Tabela 2. Esta foi segmentada pelos temas mais recorrentes nas respostas, uma vez que muitas eram iguais. Deste modo, foram apontados em maioria os impactos “Financeiro”, “Perda de reservas”, “Falta de recursos”, “Encerramento”, “Mudança no mercado emissor” e “Nova realidade”.

Tabela 2. Exemplos de respostas sobre o impacto do COVID-19 no setor.

Financeiro	“Desastroso e com prejuízos a nível não só económico financeiro, mas como em muitos outros setores a nível psicológico e mental para as famílias”
	“Teve um impacto muito grande na parte financeira do Hotel essencialmente”

Tabela 2. Continuação

Financeiro	“Uma descida muito grande financeiramente”
	“Diria que o tempo de confinamento prejudicou muito o rendimento, que durante algum tempo foi 0. Quando foi possível um regresso parcial à vida normal, não nos foi possível abrir todos os serviços nem preencher o hotel na totalidade, de modo a respeitar as medidas de segurança. Por isso, levámos mais de 2 anos a recuperar”
Perda de reservas	“O Covid-19 teve um impacto negativo profundo, com queda na procura acentuada, ocupação reduzida, aumento de custos e necessidade de adaptação para garantir a segurança dos hóspedes”
	“O impacto inicial foi brutal, com a perda de clientes e receita. Obrigou depois a ajustes na forma de trabalhar, sendo que algumas dessas metodologias, foram mantidas, pois percebeu-se que mesmo com o normalizar das circunstâncias, eram mais valias, tanto para o funcionamento das unidades, quanto para a experiência dos clientes”
	“Diminuição de reservas”
	“Foi uma altura muito conturbada com falta de reservas e fecho do hotel”
	“Tivemos menos reservas e clientes mais preocupados com a limpeza”
Falta de recursos	“Complicado de se gerir, uma vez que faltaram muitos recursos”
	“Difícil, no sentido em que permanecemos encerrados durante muito tempo, mantendo os funcionários em lay-off e dispensando alguns.”
Encerramento	“Devastador com o encerramento do estabelecimento durante alguns meses intercalados por 2 anos”
	“Muito difícil. Tivemos de fechar o hotel”
Mudança no mercado emissor	“Coisas muito más, mas trouxe pessoas a conhecer o interior”
Nova realidade	“Teve muito impacto porque começou no ano em que abrimos o Hotel”
	“O sector hoteleiro foi um dos sectores mais prejudicados devido ao COVID. Pois tivemos que manter nos fechados alguns meses com a incerteza que nossos postos de trabalho estavam garantidos ou não”
	“Desafiador. Veio trazer uma nova perspectiva de atuação no mercado hoteleiro”
	“Um desafio a uma nova realidade. Foi um período muito difícil quer em recursos humanos, quer financeiros”
	“Negativo durante / Positivo depois”

Para além das respostas acima mencionadas, existiram algumas que apenas caracterizam a época de pandemia, como “Terrível”, “Muito Difícil”, “Drástico”, “Muito impactante”, “Muito grave e demorado”, “Desafiante”, “Tempos muito difíceis”, “Violento”, “Brutal”, que demonstram o quão complicado foi gerir as unidades durante a pandemia.

Deste modo, estudou-se quais foram os desafios mais presentes durante a pandemia do COVID-19, como se verifica na Tabela 3.

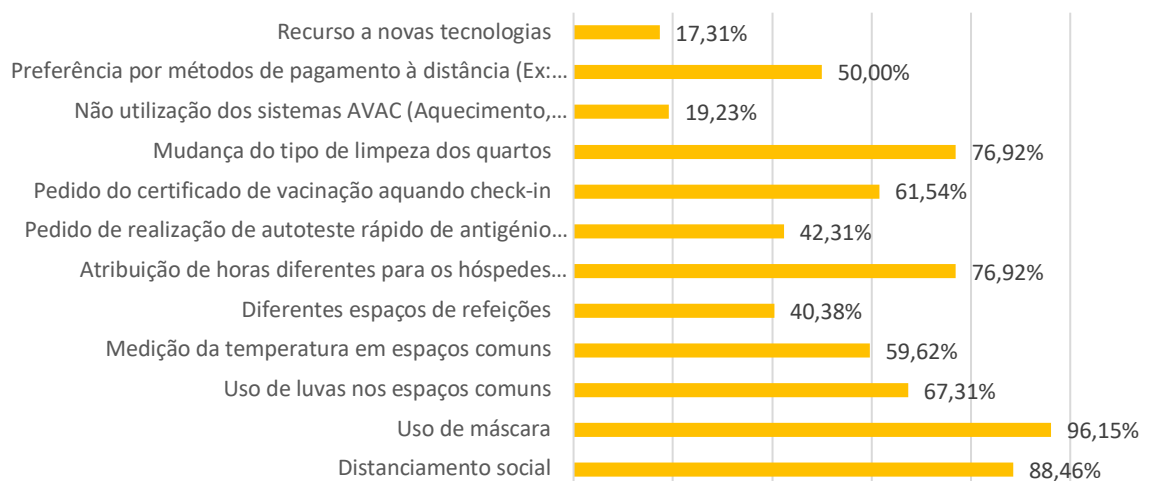
Tabela 3. Desafios durante a pandemia.

	Nenhum impacto %	Pouco impacto %	Pouco impacto, Impacto moderado %	Impacto moderado %	Impacto moderado, Grande impacto %	Grande impacto %
Falta de recursos humanos	11.5%	30.8%	1.9%	26.9%	0.0%	28.8%
Redução do número de recursos humanos	1.9%	26.9%	0.0%	44.2%	1.9%	25.0%
Evitar a propagação do vírus dentro das instalações	0.0%	9.6%	0.0%	38.5%	0.0%	51.9%
Aumento de casos no estabelecimento	7.7%	38.5%	0.0%	30.8%	1.9%	21.2%
Quarentena	7.7%	25.0%	1.9%	28.8%	0.0%	36.5%
Isolamento profilático de hóspedes e equipa	5.8%	25.0%	0.0%	42.3%	1.9%	25.0%
Manter a higiene, segurança e distanciamento nos espaços comuns	1.9%	9.6%	0.0%	48.1%	0.0%	40.4%
Acompanhar todas as medidas impostas pelas autoridades de saúde e governamentais	1.9%	5.8%	0.0%	38.5%	0.0%	53.8%
Pouca autonomia financeira	5.8%	19.2%	0.0%	28.8%	0.0%	46.2%
Poucos apoios financeiros impostos pelo Governo Nacional e Regional	3.8%	17.3%	0.0%	40.4%	0.0%	38.5%
Concorrência	19.2%	42.3%	1.9%	28.8%	0.0%	7.7%

Entende-se que as medidas com maior impacto foram “Acompanhar todas as medidas impostas pelas autoridades de saúde e governamentais” (53,8%) e “Evitar a propagação do vírus dentro das instalações” (51,9%).

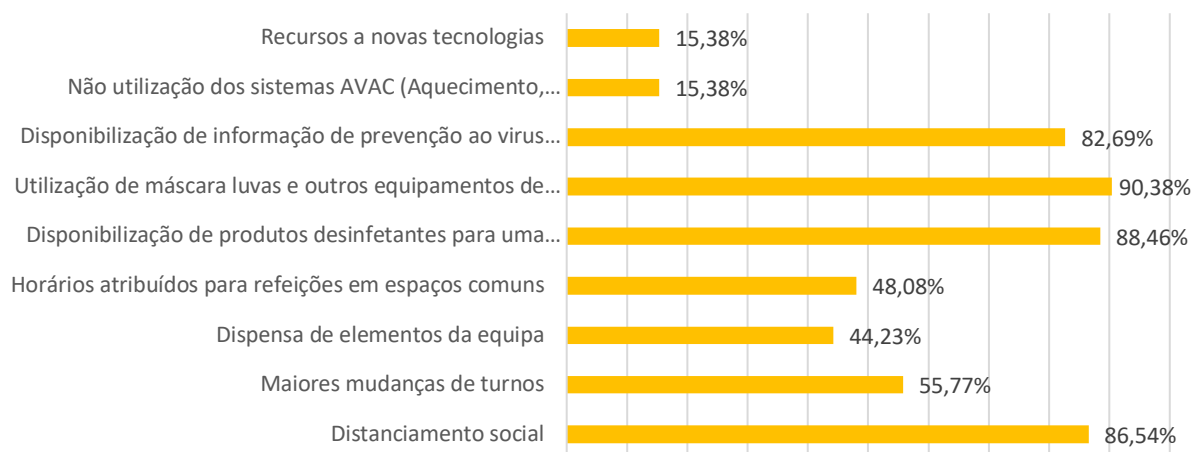
Assim, verifica-se através da Figura 15 quais foram as medidas aplicadas à segurança dos clientes, sendo as mais utilizadas o “Uso de máscara” (96,15%), seguindo-se o “Distanciamento social” (88,46%) e, por conseguinte, “Atribuição de horas diferentes para os hóspedes tomarem o pequeno-almoço” e “Mudança do tipo de limpeza dos quartos”. Ambas as medidas anteriores possuíram uma percentagem de 76,92%.

Figura 15. Medidas de segurança para os clientes.



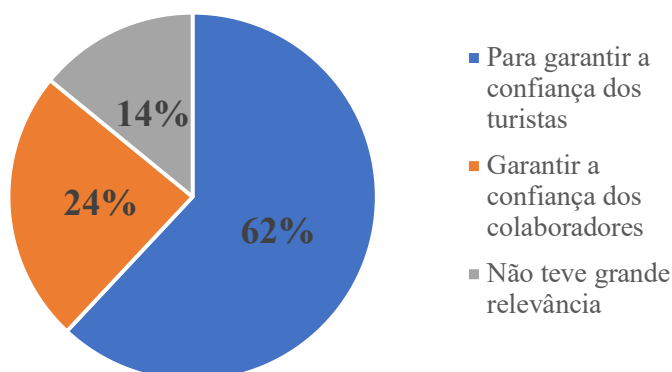
De forma a também garantir a segurança dos colaboradores foram aplicadas as medidas presentes na Figura 16. Através da mesma, entende-se que as mais aplicadas foram a “Utilização de máscara, luvas e outro equipamento de proteção” (90,38%), seguindo a medida “Disponibilização de produtos desinfetantes para uma higienização mais regular” (88,46%) e, também, “Distanciamento social” (86,54%).

Figura 16. Medidas de segurança para os colaboradores.



A pensar na utilidade dos prémios, selos e distinções foram colocadas duas questões aos dirigentes dos hotéis. A primeira questionou se o selo “Clean and Safe” havia sido essencial para garantir a confiança dos turistas, para garantir a confiança dos colaboradores ou se realmente não teve assim tanta relevância. Conclui-se, pela Figura 17, que com 62% o selo “Clean and Safe” serviu como método de garantia dos turistas que se hospedavam no hotel.

Figura 17. Selo “Clean and Safe”.



Numa questão de resposta aberta, foi questionado qual a opinião dos diretores dos hotéis da amostra, qual era a importância dos selos, distinções e prêmios, tendo obtido os exemplos de respostas da Tabela 4. As respostas foram novamente divididas pelas opiniões que mais foram repetidas, sendo apontadas a “Confiança e segurança, credibilidade” e “Sem importância”.

Tabela 4. Exemplos das opiniões sobre o selo “Clean and Safe”.

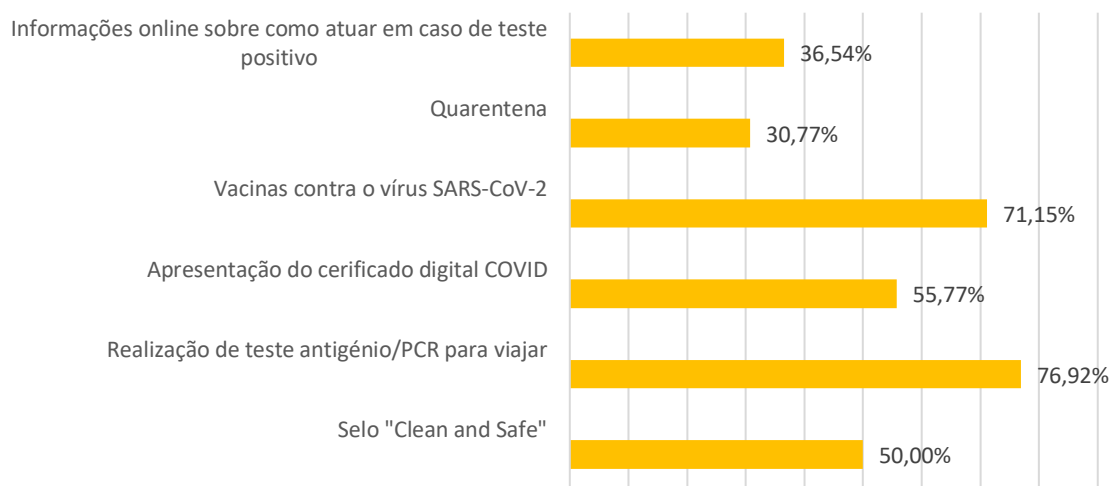
Confiança e segurança, credibilidade	“Mostrou confiança e segurança aos hóspedes”
	“A importância será sobretudo a garantia de segurança que passa ao cliente”
	“Estas certificações destacam o compromisso com a segurança e podem influenciar positivamente a decisão dos clientes”
	“Acho que funcionou de forma a atrair o cliente, mostrando lhe confiança no futuro”
	“Os selos fortalecem nossa reputação, aumentam a confiança dos clientes e impulsionam reservas e fidelização”
	“Muito importante pois são elementos que dão maior confiança aos hóspedes e clientes”
	“Esses selos são muito importantes pois transmitem confiança para os clientes, uma vez que dá uma maior credibilidade ao estabelecimento”
Sem importância	“Sem importância”
	“Não creio que condicione no momento da escolha da unidade hoteleira”
	“Esta medida não teve qualquer impacto”
	“Muito redutora, dão mais importância a pontuação nas OTA”
	“Não acredito que este selo em específico tivesse feito grande diferença. Os restantes dão uma sensação de credibilidade e de esforço em equipa para garantir melhor serviço”

Os comentários efetuados enfatizam a importância de garantir a segurança nos estabelecimentos, destacando que medidas de certificação e selos de segurança como fundamentais para transmitir confiança aos clientes e outros stakeholders. A opinião geral



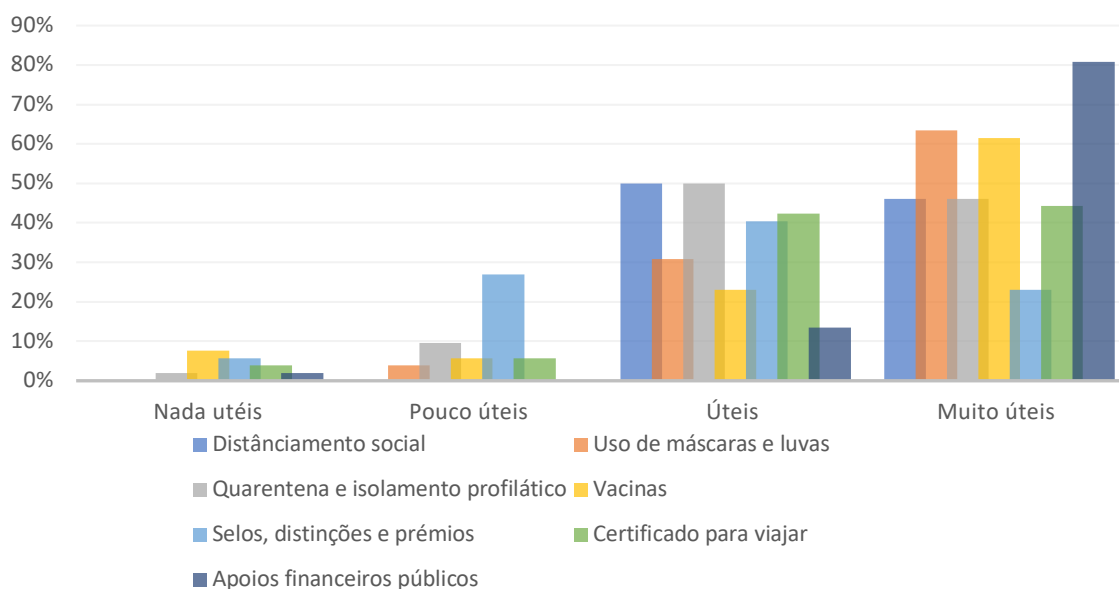
No que toca às medidas governamentais impostas, que se verificam pela Figura 19, a mais importante na ótica dos diretores de hotéis da amostra é a “Realização do teste antigénio/PCR para viajar” (76,92%).

Figura 19. Medidas governamentais impostas em época de pandemia do COVID-19.



Na figura 20, é possível entender que, na ótica da amostra, a medida mais útil foi os apoios financeiros públicos, seguindo o uso de máscaras e luvas, respetivamente. As consideradas “nada úteis” foram as vacinas e de seguida os selos, distinções e prémios.

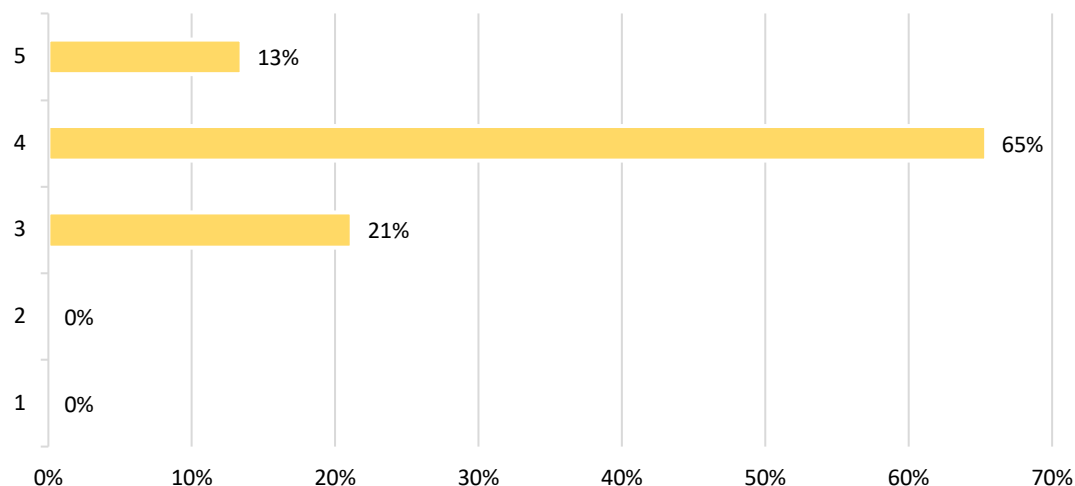
Figura 20. Utilidade das medidas adotadas.



Posto isto, entende-se pela Figura 21 o nível de satisfação com as medidas acima apresentadas. Estas foram apresentadas numa escala gradual de 1 a 5, onde 1 representa nada satisfeito e 5 muito satisfeito. Verifica-se que não existiram respostas nas escalas 1

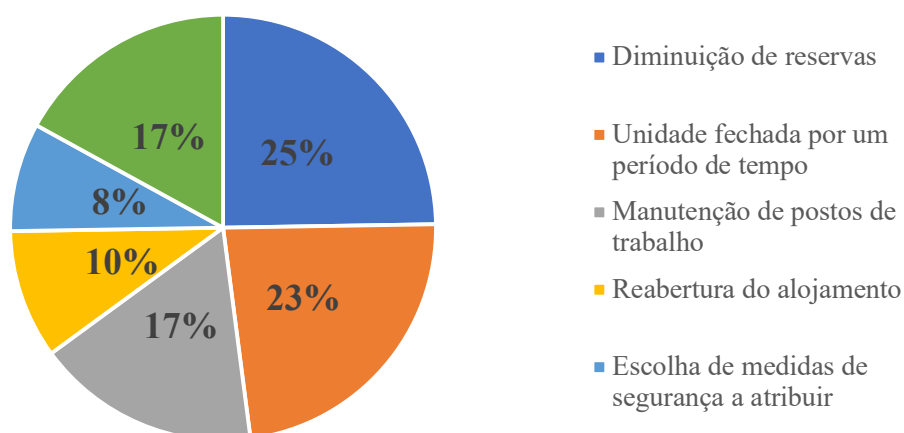
e 2, mostrando que na maioria as respostas evidenciam que a amostra se encontra satisfeita com as medidas impostas.

Figura 21. Nível de satisfação das medidas adotadas.



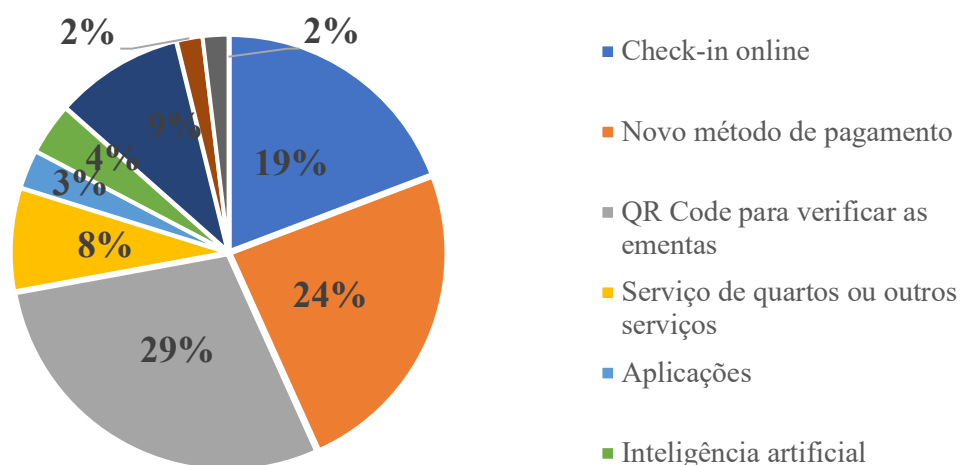
Operacionalmente, financeiramente e socialmente, pela Figura 22 verifica-se que a maioria dos hotéis da amostra, o que mais teve impacto foi a diminuição das reservas (25%).

Figura 22. Impactos operacionais, sociais e financeiros.



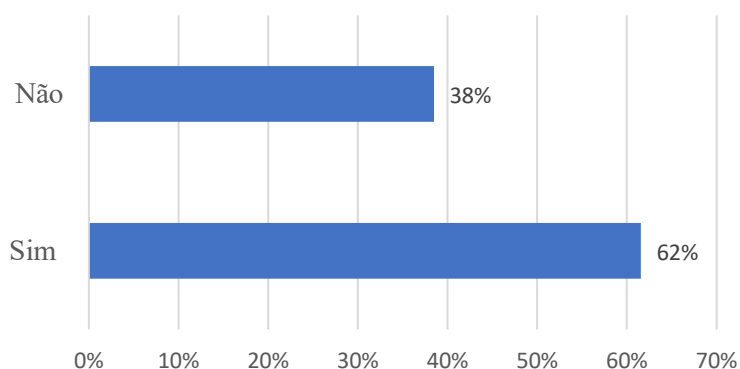
No que toca às tecnologias, a amostra apresenta que implementou durante a pandemia QR codes para verificar as ementas, serviço de quarto ou outros serviços (29%), adotou novos métodos de pagamento (24%) e check-in online (19%) (Figura 23).

Figura 23. Implementações tecnológicas.



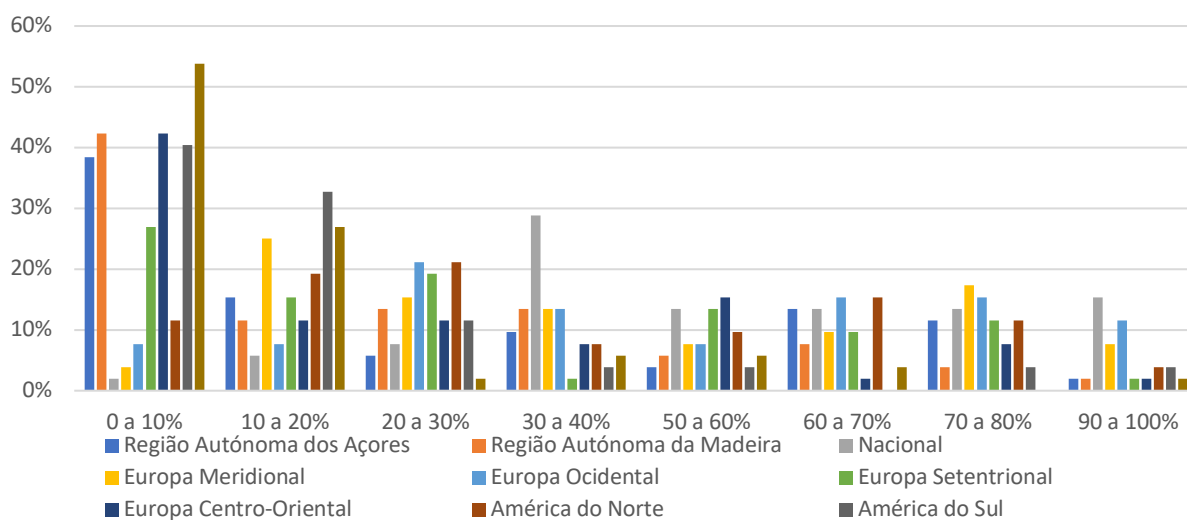
Para o estudo da influência da pandemia na mudança dos mercados emissores, denota-se que a amostra concorda, na sua maioria, que os mesmos foram alteraram-se (62%) (Figura 24).

Figura 24. Influência da pandemia nos mercados emissores.



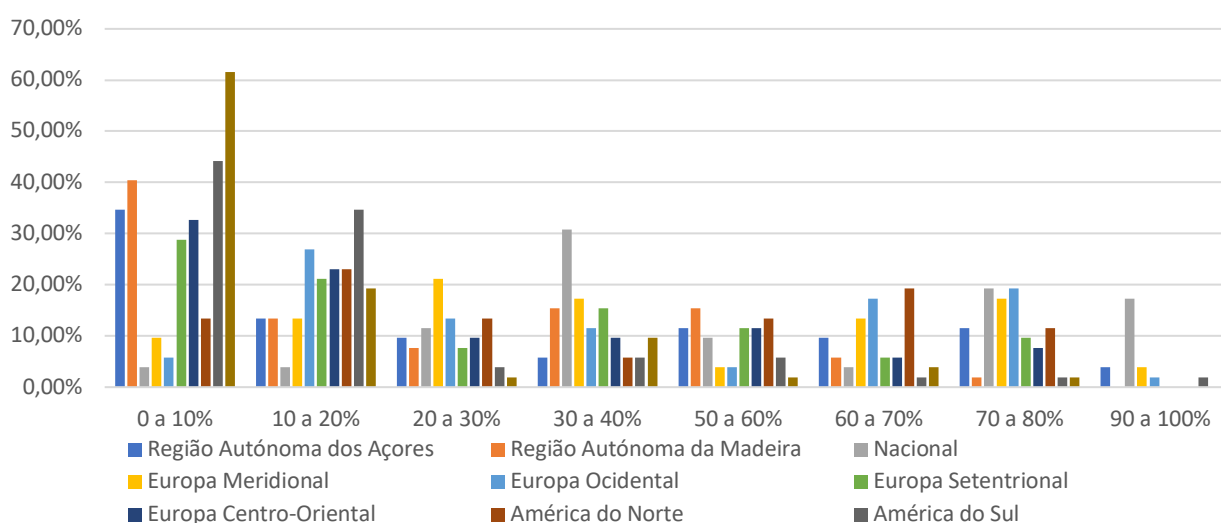
Deste modo, pela Figura 25 verifica-se que antes da pandemia do COVID-19 o mercado emissor mais frequente da amostra era o mercado nacional (15,38%), seguindo-se o mercado da Europa Ocidental (11,54%). Seguiram os mercados da Europa Meridional (7,69%). Entende-se que os mercados emissores com menos estadas na região foram o do continente Asiático (53,85%), a Europa Centro-Oriental (42,31%) e a Região Autónoma da Madeira (42,31%).

Figura 25. Mercados emissores antes da pandemia.



Depois da pandemia, pela Figura 26 consegue-se perceber que os mercados com mais estadas da amostra foram o Nacional com 17,31%, o mercado da RAA e a Europa Meridional com 3,85%, provando a existência de uma alteração nos mercados provocada pela pandemia, dando mais ênfase ao mercado interior do país. Os mercados emissores com menor percentagem foram o Continente Asiático (61,54%), a América do Sul (44,23%) e a Região Autónoma da Madeira (40,38%).

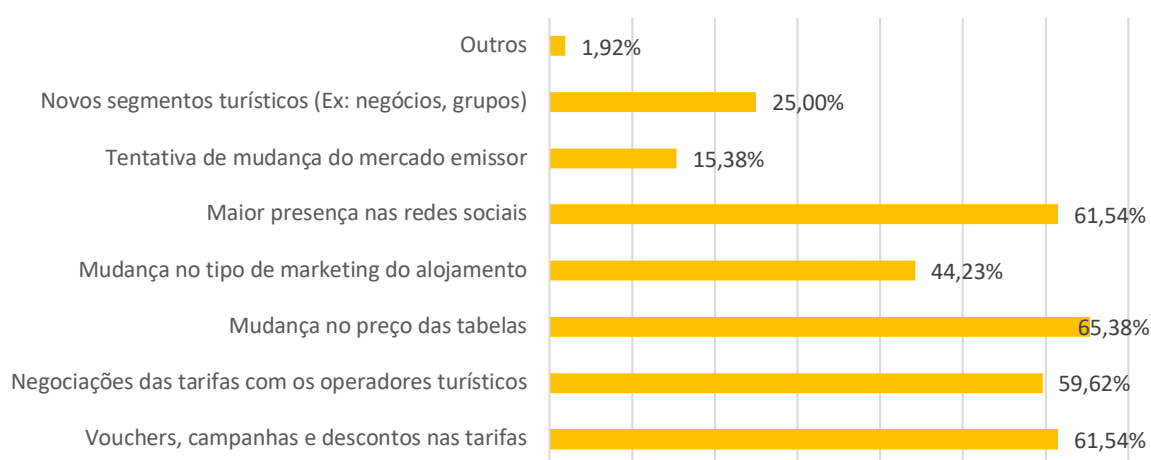
Figura 26. Mercados emissores depois da pandemia.



### 4.3 Pós-pandemia

De forma a entender como foi o retorno após a pandemia, foi questionado à amostra que medidas foram tomadas para atrair os hóspedes. Através da Figura 27, verifica-se que as medidas mais aplicadas foram a mudança do preço das tabelas de tarifas (65,38%), uma maior presença nas redes sociais e utilização de vouchers, campanhas e descontos nas tarifas com 61,54%. Deste modo, nos outros, acrescentaram “N/A” mostrando que não houve a necessidade de aplicar novas medidas para atrair hóspedes.

Figura 27. Medidas pós pandemia.



Posto isto, verifica-se que é feita, de forma aberta a questão “No seu entender, que medos e inseguranças, prevaleceram após a pandemia, no que respeita à gestão no hotel, aos recursos humanos e aos turistas?” foram submetidas algumas das respostas abaixo identificadas na Tabela 5. As respostas foram divididas nos temas que mais prevaleceram. Deste modo, verificam-se “Não existem medos”, “Nova pandemia”, “Limpeza e Higiene” e “Manutenção de recursos humanos, financeiros e concorrência”, foram os medos e inseguranças mais sinalizados.

Tabela 5. Exemplos dos medos e inseguranças após a pandemia.

Não existem medos	“Sem medos”
	“Atualmente, não vejo nenhum receio dos turistas, pelo contrário, houve um incremento de reservas”
	“Não me parece que tenham prevalecido receios relevantes”
Nova pandemia	“Embora a OMS tenha declarado oficialmente a extinção da pandemia, novas estirpes têm surgido, e mais casos têm aparecido. Daí os receios e cuidados a ter”
	“Medo de ficarem infectados”

Tabela 5. Continuação

Nova pandemia	“O regresso da pandemia”
	“Principalmente o receio do regresso da pandemia ou de uma nova”
Limpeza e higiene	“Hóspedes mais sensíveis às questões de limpeza e desinfeção; aumento significativo da taxa de absentismo dos colaboradores; maior sensibilidade das Equipas às questões de procedimentos de limpeza/desinfeção”
	“A limpeza/higienização dos espaços - tanto comuns, como unidades de alojamento - é sempre uma preocupação nossa e que se agudizou com a pandemia, por certo”
Manutenção de recursos humanos, financeiros e concorrência	“A ausência de recursos humanos”
	“Sobretudo relacionados com RH”
	“Dificuldade de recrutar RH; Instabilidade da procura; concorrência agressiva dos mercados concorrentes”
	“Manutenção dos recursos humanos. Um possível encerramento total do estabelecimento”

Por fim, foi colocada a questão “Agora que a pandemia terminou quais medidas o alojamento ainda pratica? Terá nascido alguma boa ideia na pandemia que ainda faz sentido ser praticada?”. Os exemplos de resposta foram, também, segmentados pelos temas mais apontados pela amostra, sendo mais referenciados

Tabela 6. Exemplo das respostas sobre as medidas aplicadas na pandemia que prevalecem.

Tecnologia	“Algumas melhorias tecnológicas na experiência dos hóspedes mantêm-se”
	“A aceleração na adoção de tecnologia que se acelerou e acentuou”
	“QR-Codes”
	“Todas as medidas digitais adotadas foram mantidas, aplicações, menus digitais, etc.. Também a gestão por horários quer nas salas de refeição quer no acesso a alguns serviços foi mantida, por se perceber que trás vantagens à organização da unidade e um melhor experiência para os clientes”
Higiene e desinfeção	“Desinfetantes nas aéreas publicas”
	“Medidas de higiene e limpeza reforçada”
	“Continuamos com o selo clean and safe e mantemos ainda as regras de limpeza”
	“Manteve se as medidas extras de higienização”
	“Mantemos todas as medidas de limpeza, ex Álcool gel, limpeza zonas e áreas mais sensíveis, aspiradores HEPA e isolamento imediato de staff com sintomas”
Recursos humanos	“Maior gestão dos recursos humanos”
Reservas e check-in	“Sistema de pagamento online”
	“Vouchers, campanhas e descontos nas tarifas”

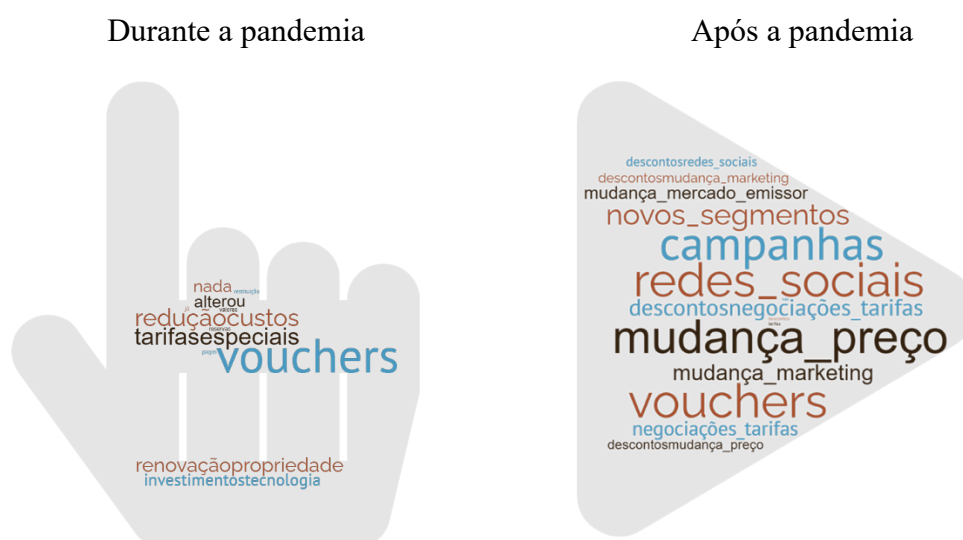
Tabela 6. Continuação

Reservas e check-in	“Novos operadores turísticos.”
Mercado emissor	“Ao nível de promoção interna, mantemos a aposta”

Os diferentes testemunhos destacam a importância de uma melhor gestão de recursos humanos nos estabelecimentos hoteleiros, enfatizando várias medidas adotadas para aprimorar a experiência dos hóspedes. Isso inclui alterações no tipo de limpeza dos quartos, manutenção das medidas de segurança e distanciamento social, como o uso de métodos de pagamento à distância, as transferências bancárias e a presença de desinfetantes em áreas públicas. Além disso, a adoção de novas tecnologias, como QR Codes, é mencionada como uma tendência que veio para ficar. Medidas de higiene e limpeza rigorosas são mantidas, assim como o selo "*clean and safe*", e as medidas de distanciamento e higiene continuam a ser aplicadas nas áreas comuns. A gestão de recursos humanos é destacada como fundamental, juntamente com a utilização de tecnologia, vouchers, e a promoção de práticas sustentáveis, como ênfase na saúde e sustentabilidade, que persistem como boas ideias para manter no contexto após a pandemia.

Comparando as estratégias adotadas durante e após a pandemia, obtém-se a seguinte ilustração gráfica (Figura 28):

Figura 28. Estratégias utilizadas antes e após a pandemia.



Deste modo, entende-se que a pandemia do COVID-19 trouxe aos estabelecimentos hoteleiros grandes mudanças, sejam elas operacionais e financeiras. Após analisar os dados quantitativamente e qualitativamente, é possível denotar o impacto existente. Resultado disso é, ainda numa época pós-pandemia, prevalecerem medidas que, inicialmente, seriam apenas para combater a transmissão do vírus SARS-CoV-2. De um modo geral, verifica-se que as medidas impostas satisfizeram os diretores dos hotéis da amostra.

## CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação tem como finalidade entender se efetivamente a pandemia do COVID-19 impactou a gestão dos hotéis. Assim, numa primeira instância foi feito um enquadramento teórico sobre as temáticas relevantes do trabalho como o turismo, isto é, a evolução das suas definições e da sua história tanto a nível mundial, como em Portugal e nos Açores. Para além disso, foi exposto a problemática da pandemia do COVID-19 de uma forma geral abordando a sua evolução, formas de contágio e medidas de prevenção. Para entender o impacto existente na gestão hoteleira foi aplicado um inquérito por questionário, que teve como objetivo entender a opinião dos responsáveis dos hotéis no que toca às medidas aplicadas, a sua utilidade e que mudanças provocaram. Para além disso, descobrir como foi o período pós-pandemia da amostra.

Posto isto, para atingir o objetivo principal deste trabalho combinou-se a análise documental do enquadramento teórico elaborado e o instrumento de recolha de informação, isto é, o inquérito por questionário. Assim, foi possível entender (i) a posição existente da hotelaria da RAA perante a pandemia; (ii) identificar os desafios sentidos no decorrer da pandemia; (iii) analisa as medidas implementadas no combate aos efeitos do vírus SARS-CoV-2; (iv) entender como as medidas adotadas durante a pandemia foram ponderadas, alteradas ou eliminadas após a mesma e como decorreu a recuperação da atividade, ou seja, compreender os efeitos da resiliência nestes negócios; (v) a hotelaria na RAA estava preparada para situações de crises sanitárias ou outras, possuindo todos os requisitos de ultrapassagem, de forma a não recorrer ao fecho definitivo das unidades; (vi) As medidas de saúde pública e governamentais da pandemia do Covid-19 foram suficientes para ultrapassar os efeitos da mesma, não alterando a posição de mercado do hotel; (vii) a hotelaria ficou mais bem preparada para situações de crise, conseguindo ultrapassar os desafios sentidos e desenvolver ideias novas desta fase.

Deste modo, obtiveram-se 52 respostas válidas, sendo a maior parte da amostra hotéis de 4 estrelas, com uma dimensão de 40 a 60 quartos disponíveis e com uma localização na cidade. Foi possível perceber que a pandemia do COVID-19 possuiu sim um verdadeiro impacto na gestão dos hotéis da RAA. Verificou-se a existência de impactos financeiros, operacionais e sociais, onde a falta de recursos financeiros, humanos, perda de reservas e o encerramento das unidades foram os fatores mais prejudiciais. Para além disso, entendeu-se que as medidas impostas foram em grande parte uma ajuda para que os hotéis se pudessem manter durante e após a pandemia. Por

consequente, foi possível se verificar a alteração dos mercados emissores comparando os que existiam antes e após a pandemia e a implementação de novas estratégias para acompanhar as mudanças. Foram evidenciadas a adoção de novas medidas tecnológicas, de procura e oferta e higiene.

No que toca às limitações do trabalho, verificou-se que, pelo facto do estudo se inserir apenas na hotelaria da RAA, a amostra foi bastante reduzida, fazendo com que as conclusões do presente estudo possuem apenas um fim indicativo, uma vez que os resultados são válidos, mas não populacional pelo tamanho da amostra. Todavia, foi possível possuir uma ideia geral do panorama açoriano no que diz respeito ao impacto da COVID-19 nos hotéis.

Assim, no que diz respeito às futuras linhas de investigação, seria pertinente realizar um questionário mais elaborado e com um intervalo de tempo de recolha de dados mais longo, de forma a se obter mais respostas. Para além disso, recolher esses mesmos dados presencialmente para se poder retirar melhores interações. Deste modo, estender o estudo a Portugal continental, de forma a poder abranger uma maior amostra e, consequentemente, consolidar os resultados.

O setor do turismo encontra-se em constante desenvolvimento e por este motivo é imperativo que existem continuas análises ao mesmo. No que toca à hotelaria, é fundamental criar estratégias para situações de crise. Assim, estariam preparadas para o aparecimento das mesmas, como foi o caso da pandemia. É recomendado que: (i) criar um manual de gestão de crises, para que exista já uma base do que se possa fazer ou não; (ii) gestão de custos controlada; (iii) apostar em uma equipa forte, formada, sólida e motivada, para que numa crise a mesma se encontre com vontade de ajudar a melhorar; (iv) recursos financeiros preparados para possíveis quebras financeiras; (v) estabelecer laços com os clientes, de forma a que num período pós-crise estes regressem; (v) apostar numa constante evolução, de forma a estar em consonância com os mercados.

É possível considerar que a RAA possui um setor turístico com potencial desenvolvimento, uma vez que as nove ilhas dos Açores apresentam características únicas e, naturalmente, atividades turísticas dispares umas das outras. Todavia, com o surgimento da pandemia do COVID-19 é possível verificar que a região por si só não estava preparada para enfrentar uma crise sanitária, sendo pertinente explorar o tema, de forma a garantir que no futuro a economia e restantes setores do país não fossem tão afetados.

## REFERÊNCIAS

- Almeida, C. (2016). *Análise das percepções dos Stakeholders sobre os impactos das políticas de Turismo sustentável nos Açores* (Master's thesis).
- Barretto, M. (2014). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=9HeADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=tipos+de+turismo&ots=05biskF--y&sig=DaoNdHCxe6RDznYJ-dtNWUIz0sU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tipos%20de%20turismo&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=9HeADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=tipos+de+turismo&ots=05biskF--y&sig=DaoNdHCxe6RDznYJ-dtNWUIz0sU&redir_esc=y#v=onepage&q=tipos%20de%20turismo&f=false)
- Carvalho, I. C. G. (2015). O turismo acessível: estratégias de adaptação de uma cidade: o caso de Lisboa <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/22718>
- Conselho Europeu. (2023). Conselho Europeu. Conselho da União Europeia. <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/coronavirus/eu-digital-covid-certificate/>
- Costa, F. R. (2009). – Turismo e património cultural: interpretação e qualificação. São Paulo: Editora Snac – Editoras SESC. Parte 1, p. 21 a 28.
- Coutinho, C. (2011). Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática. Edições Almedina.
- Cunha, L. (2001). – *Introdução ao Turismo*. Lisboa – São Paulo: EditorialVerbo, pp.29-32 e 47-53.
- Cunha, L. (2006). Turismo de saúde–conceitos e mercados.
- Cunha, L. (2010). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário.
- Cunha, L. (2010). Desenvolvimento do turismo em Portugal: Os primórdios.
- Cunha, L. (2013). Economia e Política do Turismo, 3.edi..o (1. ed. 2006), Lisboa: Lidel-Edições Técnicas
- Da Silva Martin, P., Gonçalves, S. L., do Santos Goularte, P., Dias, E. P., Leonardi, A. E., Tiezzi, D. G., ... & Chin, C. M. (2020). História e Epidemiologia da COVID-19. *ULAKES Journal of Medicine*, 1. <https://revistas.unilago.edu.br/index.php/ulakes/article/view/253/232>.

- Destino Seguro Açores (2020, Abril). 02/04, 14H53: *Governo dos Açores fixa cercas sanitárias em todos os concelhos da ilha de São Miguel*. Secretaria-Geral da Presidência, Governo Regional dos Açores. <https://destinoseguro.azores.gov.pt/?p=2385>
- Diário da República. (2008, Abril 28). *Portaria n.º 327/2008, de 28 de abril*. Ministérios do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional da Economia e da Inovação. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/portaria/327-2008-249564>
- Diário da República. (2008, março 7). *Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março*. Ministério da Economia e da Inovação. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/39-2008-247248>
- Diário de Notícias. (2020, Junho 1). *Cronologia de uma pandemia em português. Os três meses que mudaram o país*. <https://www.dn.pt/vida-e-futuro/cronologia-de-uma-pandemia-em-portugues-os-tres-meses-que-mudaram-o-pais-12259916.html>
- Direção Geral de Saúde. (2020, Abril 28). *Saúde e trabalho: Medidas de prevenção da COVID-19 nas empresas*. <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/saude-e-trabalho-medidas-de-prevencao-da-COVID-19-pdf.aspx>
- Direção Regional do Empreendedorismo e Competitividade. (2022, Abril 22). *Ponto de situação das medidas de apoio COVID-19*. Secretaria Regional das Finanças, Planeamento e Administração Pública, Governo Regional dos Açores. [https://portal.azores.gov.pt/documents/36511/6667616/20-04-2022\\_Estat%C3%ADstica+Medidas+COVID.pdf/909ae7c3-6aaf-b7ee-f475-e4002bc6a04a?t=1650457510635](https://portal.azores.gov.pt/documents/36511/6667616/20-04-2022_Estat%C3%ADstica+Medidas+COVID.pdf/909ae7c3-6aaf-b7ee-f475-e4002bc6a04a?t=1650457510635)
- Ferreira, M. (1999). *Turismo em S. Miguel. 100 anos*. Ponta Delgada: Câmara Municipal de Ponta Delgada.
- Ignarra, L. R. (2003). *Fundamentos do turismo*. Brasil: Pioneira.
- Instituto Nacional de Estatística. (2020). *Estatísticas do Turismo – 2019*. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOE\\_Spub\\_boui=133574&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=133574&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2)
- Instituto Nacional de Estatística. (2021). *Estatísticas do Turismo - 2020*. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOE\\_Spub\\_boui=280866098&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=280866098&PUBLICACOESstema=55581&PUBLICACOESmodo=2)
- Jesus, P. M. C. D. (2014). *A Sociedade Propaganda de Portugal: Turismo e Modernidade (1906-1911)* (Doctoral dissertation). [https://run.unl.pt/bitstream/10362/14365/1/dissertacao\\_pcerdeira2014.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/14365/1/dissertacao_pcerdeira2014.pdf)
- Liccardo, A. (2010) – *História e panorama geral do turismo*. Livro parcialmente disponível em: <https://books.google.pt/>

- Machado, M. D. B. T. (2013). As etapas evolutivas do turismo: um estudo sobre o Rio de Janeiro (Séculos XVIII-XX). *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 105-127.
- MAGALHÃES, L. H. (2016). Panorama histórico do turismo: Do mundo moderno a contemporaneidade.
- MARTINS, J. C. (2008). Turismo: entre consumo, resgate psíquico e choques culturais, um objeto de estudo em construção. *Revista Brasileira da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Psicologia Brasil*, 12-17.
- OMT (2003), *Turismo Internacional –Uma perspectivaglobal*, São Paulo: Bookman.
- Pires, E. C. R. (2004) As inter-relações turismo, meio ambiente e cultura. Bragança: Instituto Politécnico e Bragança,  
<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/222/1/70%20-%20As%20inter-rela%c3%a7%c3%b5es%20turismo%20meio-ambiente%20e%20cultura.pdf>
- Segurança Social. (2022, Maio 24). *Layoff simplificado*. Trabalho, Solidariedade e Segurança Social, República Portuguesa. <https://www.seg-social.pt/layoff-simplificado>
- Serviço Nacional de Saúde. (2023, Maio 11). COVID-19. [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista\\_relatorios.aspx?idc=6194&idsc=6712&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=6194&idsc=6712&lang_id=1)
- Serviço Nacional de Saúde. (2023, Maio 11). Vacina COVID-19. <https://www.sns24.gov.pt/tema/doencas-infecciosas/COVID-19/vacina-COVID-19/#qual-o-principal-objetivo-da-vacinacao-COVID-19>
- Serviço Regional de Estatística dos Açores. (2021). Estatísticas do Turismo – Janeiro a Dezembro de 2020. [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista\\_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1)
- Serviço Regional de Estatística dos Açores. (2021). Estatísticas do Turismo – Janeiro a Dezembro de 2020. [https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista\\_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang\\_id=1](https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=392&idsc=6454&lang_id=1)
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios: Segundo Bolonha (3ª Ed.). Factor.

- Turismo de Portugal. (2014). Tipologias de Empreendimentos Turísticos. <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/empreendimentos-turisticos/tipologias-empresendimentos-turisticos-out-2014.pdf>
- Turismo de Portugal. (2020, Maio 5). Selo Clean & Safe 2020. <https://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/selo-clean-safe/Paginas/selo-clean-safe-2020.aspx>
- Turismo de Portugal. (2020). 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>
- Turismo de Portugal. (2020). Programa de incentivo ao consumo Visita Portugal. <https://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid-19/Paginas/covid-19-info-complementar/programa-de-incentivo-ao-consumo-visita-portugal.aspx>
- Turismo de Portugal. (2022, Maio 13). Selo "Clean & Safe" para Empreendimentos Turísticos. <https://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/selo-clean-safe/Paginas/selo-clean-safe-empresendimentos-turisticos.aspx>
- Veal, A. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (3<sup>a</sup> Ed.), Harlow: Prentice Hall.
- World Tourism Organization (2020, Outubro). UNWTO Tourism Definitions. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>
- Zsembera, J. (2018). *O turismo nos Açores e a liberalização do espaço aéreo: análise das perceções das partes interessadas na ilha de São Miguel* (Doctoral dissertation). [https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/7287/1/TMG/MBA\\_JanineZsembera.pdf](https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/7287/1/TMG/MBA_JanineZsembera.pdf)

## ANEXOS

Anexo 1. Inquérito por questionário.

# O impacto da pandemia do covid-19 na gestão hoteleira

O presente questionário é desenvolvido no âmbito do Mestrado em Gestão de Empresas - MBA. Deste modo, os dados recolhidos serão apenas utilizados para efeitos de publicações académicas e visam compreender melhor a temática do "Impacto da pandemia do covid-19 na gestão hoteleira". Salienta-se que todas as respostas resultantes deste questionário são voluntárias e anónimas. Durante o preenchimento das respostas pode, em qualquer momento, recusar a sua participação ou interromper o seu preenchimento e nenhum dado será guardado. Por conseguinte, ao submeter o questionário as suas respostas serão registadas de forma anónima e por isso deixarão de estar acessíveis. Agradeço a sua participação. Se necessitar de mais informações ou esclarecimentos adicionais, não hesite em contactar-me através do contacto disponibilizado.

---

\* Indica uma pergunta obrigatória

O seu Hotel é classificado por: \*

- 2 estrelas
- 3 estrelas
- 4 estrelas
- 5 estrelas

Localiza-se onde? \*

- Campo
- Cidade
- Junto ao mar

Qual a dimensão do seu hotel? \*

- <40 quartos;
- 40 a 60 quartos;
- 60 a 90 quartos;
- >100 quartos.

Quais foram os maiores desafios sentidos durante a pandemia ? \*

	Nenhum impacto	Pouco impacto	Impacto moderado	Grande impacto
Falta de recursos humanos;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do número de recursos humanos;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evitar a propagação do vírus dentro das instalações;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento de casos no estabelecimento;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarentena;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Isolamento profilático de hóspedes e equipa;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Manter a higiene, segurança e distanciamento nos espaços comuns;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acompanhar todas as medidas impostas pelas autoridades de saúde e governamentais;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pouca autonomia financeira;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poucos apoios financeiros impostos pelo Governo Nacional e Regional;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrência;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Foram implementadas algumas das seguintes estratégias durante a pandemia? \*

- Vouchers para utilização futura;
- Redução de custos;
- Tarifas especiais para segmentos de mercado específicos;
- Renovação de propriedade;
- Investimentos em tecnologia;
- Não se alterou nada.
- Outro: \_\_\_\_\_

Para garantir a segurança dos clientes que medidas foram adoptadas? \*

- Distânciamento social;
- Uso de máscara;
- Uso de luvas nos espaços comuns;
- Medição da temperatura em espaços comuns;
- Diferentes espaços de refeições;
- Atribuição de horas diferentes para os hóspedes tomarem o pequeno-almoço;
- Pedido de realização de autoteste rápido de antígeno SARS-CoV-2;
- Pedido do certificado de vacinação aquando check-in;
- Mudança do tipo de limpeza dos quartos;
- Não utilização dos sistemas AVAC (Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado).
- Preferência por métodos de pagamento à distância (Ex: Transferência Bancária);
- Recurso a novas tecnologias.
- Outro: \_\_\_\_\_

Para garantir a segurança da equipa operacional que medidas foram adoptadas? \*

- Distânciamento social;
- Maiores mudanças de turnos;
- Dispensa de elementos da equipa;
- Horários atribuídos para refeições em espaços comuns como, por exemplo, refeitórios;
- Disponibilização de produtos desinfetantes para uma higienização mais regular;
- Utilização de máscara, luvas e outro equipamento de proteção;
- Disponibilização de informação de prevenção ao vírus SARS-CoV-2;
- Não utilização dos Sistemas AVAC (Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado);
- Recurso a novas tecnologias.
- Outro: \_\_\_\_\_

O selo *Clean and Safe* foi essencial para: \*

- Para garantir a confiança dos turistas?
- Para garantir a confiança dos colaboradores?
- Não teve grande relevância.

Qual a sua opinião para este tipo de medida ? Qual a importância dos selos, distinções e prémios ? \*

Sua resposta

---

Quais considera as medidas governamentais mais importantes tomadas durante o período pandémico? \*

- Selo "Clean and Safe";
- Realização de teste antigénio/ PCR para viajar;
- Apresentação do Certificado Digital Covid;
- Vacinas contra o vírus SARS-CoV-2;
- Quarentena;
- Informações online sobre como atuar em caso de teste positivo;

Qual o nível de utilidade das medidas adotadas?

	Nada úteis	Pouco úteis	Úteis	Muito úteis
Distanciamento social;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uso de máscaras e luvas;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarentena e isolamento profilático;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vacinas;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Selos, distinções e prémios;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificado para viajar;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoios financeiros públicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qual o seu nível de satisfação com as medidas implementadas? \*

	1	2	3	4	5	
Nada satisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Ao nível operacional, financeiro e social, quais fatores mais tiveram impacto na gestão do hotel? \*

- Diminuição de reservas;
- Unidade fechada por um período de tempo;
- Manutenção de postos de trabalho;
- Reabertura do alojamento;
- Escolha de medidas de segurança a atribuir;
- Gestão da equipa de recursos humanos.

A nível tecnológico, adotou algo novo para o seu estabelecimento ? \*

- Check-in online;
- Novo método de pagamento;
- QR Code para verificar as ementas, serviço de quarto ou outro serviço;
- Aplicações;
- Inteligência artificial;
- Automação do serviço;
- Chatbots.
- Outro: \_\_\_\_\_

O seu hotel possui restaurante próprio? \*

- Sim
- Não











Europa Centro- Oriental (Polónia, República Checa, Eslováquia, Hungria, Roménia, Eslovénia, etc.);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
América do Norte (Estados Unidos e Canadá);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
América do Sul (Brasil, Colombia, Chile, Argentina, Uruguai, Paraguai, Peru, Bolivia, Colombia, etc.);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Continente Asiático (China, Japão, Coreia do Sul e Índia).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No seu entender, que medos e inseguranças prevaleceram após a pandemia, no \*  
que respeita à gestão do hotel, aos recursos humanos e aos turistas?

Sua resposta

---

Agora que a pandemia terminou quais medidas o alojamento ainda pratica? Terá \*  
nascido alguma boa ideia na pandemia que ainda faz sentido ser praticada?

Sua resposta

---

**UNIVERSIDADE DOS AÇORES**  
**Faculdade de Economia e Gestão**

Rua da Mãe de Deus  
9500-321 Ponta Delgada  
Açores, Portugal

# O impacto da pandemia do COVID-19 na gestão hoteleira

Ana Maria Ponte Barbosa



**DM**

2023