



instituto politécnico de gestão e tecnologia

## MESTRADO EM GESTÃO

***A performance das empresas de Animação  
Turística na Região Centro durante a pandemia  
O caso da região Viseu- Dão-Lafões***

Cátia Ribeiro Marques

DISSERTAÇÃO

VILA NOVA DE GAIA

DEZEMBRO | 2022





***A performance das empresas de Animação  
Turística na Região Centro durante a pandemia-  
O caso da região Viseu Dão- Lafões***

**Cátia Ribeiro Marques**  
Aprovada em dezembro de 2022

**Composição do Júri:**  
Prof<sup>a</sup>. Doutora Alexandra Matos Pereira  
Presidente

Prof. Doutor Edgar da Cunha Bernardo  
Arguente

Prof. Doutor Vítor Sá  
Orientador

Vila Nova de Gaia  
2023



Tese de Mestrado realizada sob a orientação do Prof. Doutor Vítor Sá apresentada ao ISLA - Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia de Vila Nova de Gaia para obtenção do grau de Mestre em Gestão, conforme o Despacho n.º 8476/2020 de 2 de setembro de 2020



## **Agradecimentos**

Ao meu orientador Professor Doutor Vítor Sá, pela sua orientação contínua, paciência, disponibilidade e facilidade de comunicação.

Ao Professor Doutor Carlos Miguel, pela sua colaboração durante o estudo.

Aos meus pais, que acompanharam todo o processo desde o início e que por isso, sempre foram compreensivos com as minhas decisões.

Ao meu amigo Telmo Pinto, pelo acompanhamento incessante durante esta jornada e pela partilha constante de ideias.

À minha Vanuza Sá pelo apoio incondicional que sempre me prestou sem hesitar.

Por fim, mas não menos importante, a todos os meus amigos pelo encorajamento e cooperação para que este projeto fosse possível.



## Resumo

A presente investigação tem como principal objetivo analisar o desempenho das empresas de Animação Turística face à situação epidemiológica desde 2020 (COVID-19), mais concretamente na região Viseu Dão-Lafões, pertencente ao distrito de Viseu. Pretendeu-se também perceber quais foram as repercussões desta pandemia na atividade e nas empresas de Animação Turística. Desta forma foi realizado um estudo com recurso a entrevistas telefónicas às empresas de Animação Turística previamente selecionadas da referida região. Como análise dos resultados, permite-se refletir que no ano de 2020, a COVID-19 teve impactos negativos na maior parte das empresas, tendo sido o ano de 2021 ligeiramente positivo comparativamente ao ano anterior. Este cenário teve a influência das estratégias utilizadas internamente como as normas DGS, assim como a adaptação da realidade COVID-19 através de diversas variáveis como o selo Clean&safe.

**Palavras-chave:** Performance; Empresas de Animação Turística; Região Centro; Pandemia;

## Abstract

This research has as main objective to analyze the performance of the Tourist Entertainment companies against the epidemiological situation since 2020 (COVID-19), specifically in the Viseu Dão-Lafões Region, belonging to the district of Viseu. It is also intended to understand what were the repercussions of this pandemic in the activity and in the Tourist Entertainment companies. Thus, a study was conducted using telephone interviews to previously selected companies of Tourism Animation in that region. As an analysis of the results, it is possible to reflect that in the year 2020, COVID-19 had negative impacts on most companies, with 2021 being slightly positive compared with the previous year. This scenario was influenced by the strategies used internally such as the DGS standards as well as the adaptation of the COVID-19 reality through several variables such as the Clean&safe seal.

**Keywords:** Performance; Tourist Entertainment Companies; Central Region; Pandemic;



# Índice

Agradecimentos .....	V
Resumo .....	VII
Abstract.....	VII
Índice de tabelas .....	XII
Índice de gráficos.....	XIV
Lista de abreviaturas .....	XVI
Introdução.....	1
Parte I - Revisão da literatura .....	3
1.1    Conceitos .....	3
1.1.1    Turismo e Lazer .....	3
1.1.2    Animação e Animação turística .....	7
1.2    Gestão Governamental do Turismo.....	10
1.2.1    Contextualização histórica até 1974 .....	13
1.2.2    Depois de 1974 .....	17
1.2.3    Entidades regionais e do Turismo.....	23
1.2.4    Associações e sindicatos .....	28
1.3    Direito do Turismo .....	32
1.3.1    A Legislação Turística .....	35
1.3.2    Registo Nacional do Turismo- RNAAT .....	40
1.4    O impacto da COVID-19 .....	41
1.4.1    No turismo .....	41
1.4.2    Nas empresas de Animação Turística .....	51
1.4.3    A adaptação das empresas .....	54
1.4.4    Apoios .....	59
Parte II- Metodologia.....	63
Parte III- Estudo empírico .....	72
3.1. As empresas de Animação Turística na Região Centro.....	72
3.1.1. A Região Centro .....	72
3.1.2. Perfil das empresas de animação na Região Dão- Lafões .....	75
3.2. Análise de dados .....	78
3.2.1. Impactos e reação à COVID-19.....	88
Parte IV-Análise e discussão de resultados .....	90
Parte V- Conclusões .....	92
4.1. Limitações.....	94
4.2. Contributos .....	94

4.3. Propostas para futuras investigações .....	95
5. Referências bibliográficas .....	96
6. Apêndices .....	104
Apêndice I- Comissões de Coordenação Regional.....	105
Apêndice II- Associações do turismo.....	106
Apêndice III- Medidas preventivas segundo o Guia do Apecate .....	109
Apêndice IV- Linha cronológica do processo Covid-19 .....	111
Apêndice V- Medidas de apoio às micro e pequenas empresas .....	113
Apêndice VI - Perguntas dos questionários.....	115
Apêndice VII- Legislação das Comunidades Intermunicipais .....	117
Apêndice VIII- Empresas do Registo Nacional de Turismo .....	118
Apêndice IX- Balanço financeiro de 2019/2020 .....	123
Apêndice X- Registo das entrevistas .....	127
Apêndice XI- Autenticação do estudo.....	129



## Índice de tabelas

Tabela 1- Agências Regionais de Promoção Turística.....	27
Tabela 2 Pré teste.....	71
Tabela 3 NUTS.....	73
Tabela 4- Comunidades Intermunicipais da Análise Jurídica - Lei n.º 75/2013 .....	74



## Índice de gráficos

Gráfico 1- Generalidade dos meios de alojamento turístico- 2019, 2020 e 2021 .....	46
Gráfico 2- Chegadas de Turistas a Portugal 2019-2020.....	47
Gráfico 3- Chegadas de Turistas a Portugal 2021 .....	47
Gráfico 4- Balança de Viagens e Turismo.....	48
Gráfico 5- Taxa de variação anual do volume de negócios do setor .....	49
Gráfico 6- Número de empresas por classe de dimensão .....	50
Gráfico 7- Número de pessoas ao serviço por Classe .....	51
Gráfico 8 Empresas de AT e OT na região Viseu Dão-Lafões .....	76
Gráfico 9 - Empresas de AT e OT na região Viseu Dão-Lafões por ano.....	77
Gráfico 10- O impacto da COVID-19 nas empresas .....	80
Gráfico 11- Onde foi mais visível o impacto .....	80
Gráfico 12 – Resultados financeiros em 2020.....	81
Gráfico 13- Resultados de 2020 positivo .....	82
Gráfico 14- Resultados de 2020 negativo .....	82
Gráfico 15- Resultados financeiros 2021 .....	83
Gráfico 16- Resultados de 2021 Positivo .....	84
Gráfico 17- Resultados de 2021 negativo .....	84
Gráfico 18- Perspetiva de crescimento num futuro próximo .....	85
Gráfico 19- Estratégias adotadas internamente .....	86
Gráfico 20- Adaptabilidade das empresas na relação com o cliente .....	87
Gráfico 21- Procura de novos produtos/ mercados em 2021.....	87



## Lista de abreviaturas

AHRESP	Associação de Hotelaria Restauração e Similares de Portugal
AHP	Associação Hoteleira de Portugal
ANIAMM	Associação Nacional dos Industriais de Águas Minero Medicinais e de Mesa
APAVT	Associação Portuguesa das Agências de Viagens
APECAT	Associação Portuguesa de Empresas, de Congressos, Animação Turística e Eventos
APFC	Associação Portuguesa de Feiras e Congressos,
APTP	Associação de Profissionais de Turismo de Portugal
ASAE	Autoridade De Segurança Alimentar E Económica
ATP	Associação Termas de Portugal
CEE	Comunidade Económica Europeia
CIM	Comunidade Intermunicipal
DGAE	Direção Geral das Atividades Económicas
EC-OE	European Confederation of Outdoor Employers)
ERT	Entidades Regionais do Turismo
EU	União Europeia
EUA	Estados Unidos da América
FEDER	Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional
FESAHT	Federação dos Sindicatos de Agricultura, Alimentação, Bebidas, Hotelaria e Turismo de Portugal
FPCG	Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas
IAPMEI	Instituto de apoio às pequenas médias empresas e à inovação
ICEP	Instituto do Comércio Externo Português
ICNF	Instituto de Conservação da Natureza e Florestas
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
LBPPT	Lei de Bases das Políticas Públicas do Turismo

NUTS	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OEDE	Organização Europeia para a Cooperação Económica
PPP	Parcerias Público Privadas
PRACE	Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado
RNAAT	Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística
RNT	Registo Nacional do Turismo
RT	Regiões de Turismo
SNAT	Sindicato Nacional da Atividade Turística
SNATTI	Sindicato Nacional da Atividade Turística, Tradutores e Intérpretes
SPP	Sociedade Propaganda de Portugal
TURIHAB	Associação de Turismo de Habitação



## Introdução

O turismo como fenómeno social, gera e absorve diversos impactos à escala mundial, não ficando por isso imune às novas tendências internacionais estabelecidas pelos fluxos de informação e comunicação. A Animação Turística enquanto subsistema do turismo vai para além de espaços *indoor e outdoor*, uma vez que deve ser desenvolvida tendo em consideração os desafios globais, assim como as expectativas e necessidades da sociedade, que cada vez mais procura o conhecimento e uma aproximação cultural.

Desta forma, as crises de saúde como as epidemias e pandemias, constituem fenómenos responsáveis por causar impactos positivos e negativos, não só no dia a dia dos indivíduos, mas também em todos os setores de atividade primários, secundários e terciários. O turismo não é diferente. Por isso, também sofre resultados impactantes nas atividades que desenvolve. Este problema originou uma questão de partida que é: **Como é que a situação epidemiológica entre 2019 e 2021 (COVID-19) se fez repercutir no turismo e nas empresas de Animação Turística?**

Assim, o presente estudo tem como objetivo geral analisar o desempenho das empresas de Animação Turística face à situação epidemiológica desde 2020 (COVID-19), mais concretamente na região Viseu Dão-Lafões, pertencente ao distrito de Viseu. Ressalva-se que Aguiar da beira, apesar de pertencer ao distrito da Guarda, faz parte desta região. Com o estudo pretendeu-se perceber quais foram as repercussões desta pandemia na atividade e nas empresas de Animação Turística. **Como objetivos específicos propõe-se saber através do Registo Nacional de Turismo (RNT), quais são os tipos de empresas de Animação Turística na região Viseu Dão-Lafões.** Também se objetiva realizar um questionário a estas empresas de Animação Turística para avaliar o seu desempenho face à Sars-cov-2 assim como obter o número de empresas que encerraram.

Relativamente à estrutura, este estudo divide-se em 5 partes como a revisão da literatura, metodologia, estudo empírico, análise e discussão de resultados e considerações finais. A revisão da literatura refere, numa primeira fase, conceitos de Turismo e lazer, Animação e Animação Turística. Desta forma estabeleceu-se o quadro concetual usado durante a presente tese.

Numa segunda parte contextualiza-se historicamente a Gestão Governamental do Turismo, antes e depois de 1974, assim como o aparecimento das Entidades regionais, Associações e Sindicatos.

Também se aborda o direito do turismo e a forma como a legislação Turística atua nas empresas de Animação Turística e o respetivo Registo Nacional do Turismo. Neste contexto, a secção seguinte alude o impacto da COVID-19 no turismo e nas empresas de Animação Turística bem como o seu processo de adaptação. Considerou-se também fundamental analisar os apoios prestados por parte do Estado, quer legislativos quer monetários, de forma a reforçar a resiliência das empresas.

Na segunda parte será evidenciada a metodologia, os objetivos deste estudo e os instrumentos de recolha de dados com especial enfoque na ferramenta de entrevista telefónica semiestruturada às micro e pequenas empresas da região de estudo. A parte três corresponde ao estudo empírico, com a apresentação das empresas de Animação Turística na região Viseu Dão-Lafões, contextualizando a zona em que se inserem. Procede-se à análise dos dados em que estes permitiram responder á questão de partida através dos dados fornecidos pela análise COVID-19 por parte das empresas e dos impactos causados, quer sejam positivos ou negativos.

Numa penúltima fase, farár-se-á uma análise e discussão dos resultados, em que será comparado o presente estudo com outros casos e cruzar os resultados de ambos.

Serão expostas na última parte as considerações finais, ou seja, quais foram as limitações/ obstáculos encontrados ao longo do percurso, os possíveis contributos que poderão advir com o estudo e propostas para futuras investigações.

## Parte I - Revisão da literatura

Perspetiva-se a nível concetual definir o Turismo e o Lazer, a Animação e a Animação Turística.

### 1.1 Conceitos

#### 1.1.1 Turismo e Lazer

A história da humanidade encontra-se intrinsecamente ligada à história do setor do turismo, isto porque a sua génese atravessa os diversos caminhos da história das civilizações, indo desde a Grécia antiga ao período da romanização. A remota Grécia antiga caracteriza-se pela criação de equipamentos de lazer, anfiteatros, recreio e desportos tais como teatros, circos e jogos olímpicos. Já o período da romanização caracteriza-se pelas saunas / termas, pelas corridas e pela construção de arenas para a realização de espetáculos (Costa, 2021).

No século XVIII realizava-se a Grand Tour pelos jovens da classe-média alta, com a finalidade de estes *gentlemen* finalizarem a sua educação para admissão nas cortes (S. Costa, 2021). No século XIX impulsionou-se uma evolução dos meios de transporte, um aumento de rendimentos e modificação de mentalidades (Ramalho, 2017). Este avanço permitiu a Thomas Cook inventar o primeiro pacote turístico executado a 5 de julho de 1841, através da realização da primeira viagem comercial de comboio para um grupo de 570 pessoas, com lugar entre Leicester e Loughborough (Costa, 2021).

O conceito de turismo surgiu pela primeira vez em 1910 com o economista austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen, que o definiu como um conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, manifestados na chegada, permanência e saída do turista de um determinado município, país ou região (Barretto, 1997). Contudo, em 1942, estabeleceu-se uma definição mais elaborada pelos professores Walter Hunziker e Kurt Krapf, que definia o turismo como

“o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanências de pessoas fora do seu local de residência habitual, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal” (Hunziker & Krapf, 1942, p.21).

Estas definições reconhecem a possibilidade da existência de dois tipos de definição de turismo consoante os objetivos visados.

Assim, permite-se encarar o turismo numa visão concetual e numa visão teórica. Ou seja, a nível concetual o objetivo consiste na criação de um instrumento teórico através de uma definição plausível e que seja capaz de identificar as características essenciais do turismo, distinguindo-o das restantes atividades. Já numa visão teórica, determina a forma de obtenção de informações para fins estatísticos e legislativos (Theobald, 1998).

Do ponto de vista concetual, para além da autenticação da definição de Hunziker e Krapf, valida-se também a definição apresentada em 1982 por Mathieson e Wall que consideram o turismo como o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades (Mathieson & Wall, 1982).

Muitos outros conceitos têm sido apresentados, mas nenhuma consegue alcançar a visão holística do turismo necessária à sua compreensão e à sua identificação precisa. Na sequência das diferentes visões envolvidas desde sociológicas, culturais, geográficas, económicas, ocidentais, orientais, a par da evolução do seu âmbito ocorrida nos últimos anos, considera-se difícil alcançar um censo comum quando a um conceito aceite universalmente (Mcintosh et al., 1984). No entanto, para o autor Cunha & Abrantes (2013) pode-se utilizar, do ponto de vista técnico, a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT) de 1995, sendo que esta considera o 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 & Abrantes, 2013, p. 17).

Surge em 2001 uma nova definição da OMT, em que afirma que o turismo é um conjunto de atividades realizadas pelas pessoas durante a sua viagem, em estadas e lugares diferentes do seu local de residência, por um ininterrupto período inferior a um ano, objetivando o lazer, negócios ou outros motivos, desde que não seja uma atividade remunerada no local visitado (OMT, 2001).

Com o avançar do tempo, destaca-se a noção mais recente da OMT datada de 2008, em que assevera que o turismo se assume como a atividades de pessoas reconhecidas como visitantes que viajam a lazer/férias, negócios, saúde, educação ou outros fins, para um destino fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a um ano (Neves, 2012).

Por outro lado, para além dos parâmetros e elementos que definem o turismo aceite pelas organizações internacionais, Cunha & Abrantes (2013) consideram outros fatores indispensáveis para definir os seus contornos que são:

- Ausência de recomposição de novos modos de vida significando ausência de relações duradouras com os locais visitados;
- Lugares caracterizados pela existência de elementos tangíveis e intangíveis com capacidade para provocar a atração de pessoas;
- Criação de atividades e equipamentos diferentes daqueles que são exigidos pelos residentes;
- Efeitos económicos, culturais, psicológicos e ambientes novos;
- A atração e receção de visitantes resulta da geração de fenómenos pelas transformações operadas nos destinos e nas vias de acesso resultantes;

Tendo em consideração estes elementos, Cunha & Abrantes (2013) definiram o turismo como

“o conjunto de atividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e de outras”(Cunha & Abrantes, 2013, p.13).

Como já referido anteriormente, o turismo é impulsionado por razões maioritariamente resultante do lazer. Por outras palavras, é uma das formas de ocupação dos tempos livres que engloba desde atividades culturais a atividades de repouso. O lazer também remonta para os filósofos clássicos da Grécia antiga, em especial Aristóteles e Platão, em que a ideologia destes era assente no facto de que o lazer é algo mais do que mero tempo livre. Inevitavelmente, o lazer coopera, em certas ocasiões, para o desenvolvimento de aspetos materiais e espirituais da sociedade, pois em determinados contextos surge como uma espécie de pedagogia social para consolidar saberes teóricos e práticos (Almeida & Araújo, 2017).

Para muitos autores, as referências existentes às conceções gregas permitem compreender posteriores filosofias do lazer, apesar de previamente já se saber que o conceito de lazer no plano coletivo reflete estratégias e comportamentos sociais. Da mesma forma, no âmbito da sua discussão concetual, o individuo e as suas necessidades internas suscitam diversas análises e interpretações.

De acordo com a Porto Editora (2010) através do Grande Dicionário da Língua Portuguesa , a palavra lazer é definida do seguinte modo:

“Lazer, do latim *licere*. Ócio, vagar, tempo disponível para se poder fazer qualquer coisa, descanso, repouso”.

Um segundo tipo de definição baseia-se em escritores religiosos e filosóficos como o católico Pieper, uma vez que considera que o lazer não insiste essencialmente em períodos de tempo, mas na qualidade da atividade a que alguém se dedica. Desta forma, o lazer não é simplesmente o resultado de fatores externos, nem o resultado inevitável do tempo de folga, de um feriado, de um fim de semana ou de um período de férias. É por isso uma atitude de espírito, uma condição de alma (Pieper, 2004).

Numa tentativa de combinação com definições anteriores, verifica-se uma afirmação normativa sobre o que o lazer deveria ser acompanhado por componentes residuais ou de tempo. Para o efeito, destaca-se dois exemplos sendo eles Parker e Dumazedier. Para Parker (1978), o lazer é o tempo de que um indivíduo dispõe livre de trabalho e de outras obrigações, podendo ser utilizado para repouso, divertimento, atividades sociais ou motivos pessoais.

Já para Dumazedier (1974) após cumprir os deveres profissionais, familiares e sociais, quer seja para aumentar a participação voluntária na vida da comunidade, quer seja para descansar, divertir-se, enriquecer os seus conhecimentos ou aprimorar as suas habilidades desinteressadamente, consistem em ocupações com as quais o indivíduo pode comprazer-se de livre e espontânea vontade.

Para uma perceção mais adequada de lazer, exige-se que observemos as suas dimensões intrapessoais, interpessoais e as próprias condições e atividades simplificadoras passíveis de materializar o conceito. Sendo este conceito muito abrangente, e com diversas formas de definir lazer, não se pode deixar de envolver no quadro dos seus conceitos, quer de forma separada, quer na integralidade do seu conteúdo, as dimensões do tempo e da atividade.

Entendendo lazer na perspetiva dos 3 D's - Descanso, Divertimento e Desenvolvimento, Dumazedier (1974) afirma que, este conceito é assumidamente essencial para a afirmação da atividade turística mundial.

### 1.1.2 Animação e Animação turística

A génese da Animação em Portugal remonta para o século XX, onde este conceito começou a ganhar alguma consistência, devido á existência de novas dinâmicas sociais e económicas que o país começa a conhecer. Todavia, a única forma de realizar animação era por via da Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho (FNAT), criada em 1935, tendo em consideração os acontecimentos referentes aos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos (Perez, 2006). Face a este cenário maioritariamente assente numa conceção nacionalista de Portugal, a FNAT inspirou-se num movimento internacional de alegria e trabalho, de forma a promover e a aproveitar o tempo livre dos trabalhadores, assim como assegurar um maior desenvolvimento físico.

O Estado Novo procurou através desse projeto “moldar todos os níveis da sociedade civil de acordo com os ‘novos valores’, isto é, tentará educá-la e formá-la imperativamente na moral nacionalista, corporativa e cristã, que haveria de presidir à política, às relações de trabalho, aos lazeres, à vida em família, à educação dos jovens ou à cultura em geral” (Rosas, 1994, p. 281). A esta luz, face ao que anteriormente transpunha a expressão de uma ideia homogénea, entre 1981 e 1990, a conceção de Animação sofreu alterações, uma vez que progrediu para um reconhecimento de uma cultura com dimensão plural e diversificada pois

“(…) com a emigração, o turismo, o regresso dos retornados, a abertura democrática, a diversidade de investimentos, a criação de grupos e empresas privadas, os partidos políticos e as associações, a televisão, a integração europeia... com tudo isto, de repente há mesquitas, as sinagogas têm nova vida, nascem seitas, surgem novos cultos, aparecem igrejas protestantes; há sindicatos diversificados e plurais, opiniões diferentes, novos credos e crenças... Isto é, está em construção uma sociedade finalmente plural...” (Lopes, 2008, p. 276).

Contudo, a origem do conceito de animação surge enquanto prática ligada à intervenção social, educativa e cultural, trazendo em seu benefício a recomposição do tecido social causada pelo aparecimento das sociedades industriais e desintegração das chamadas sociedades tradicionais. Para vários autores como Ander-Egg (1999), Lopes (2008) e Pereira (2008), a indicação de uma alteração significativa desta natureza, trouxe, em termos de integração social, de participação comunitária, de comunicação interpessoal e de identidade cultural a existência de problemas.

A animação, pode ser considerado como um processo de dar vida, de infundir alma a alguém ou a alguma coisa, mas também como um ato ou efeito de animar ou de se animar (Academia das Ciências de Lisboa, 2001). É por isso, um fenómeno de todos os tempos. A Animação, sendo esta uma palavra originária do latim, *animare*, que significa dar alma (animar a alma) e na génese da palavra animação estão os vocábulos anima/ ânimo. Na raiz de *animus* encontra-se a palavra anima, retirada do seu contexto religioso, significa, sob o prisma filosófico criar, dar vida. No latim, *animus* sugere dinâmica, força ativa e vida (Almeida & Araújo, 2017).

Como elucida Lopes (2008), para além da própria recreação, as conexões instituídas através da arte, da cultura, do lazer, do desporto, poderão ser fatores de aprendizagem, de crescimento, de autoconhecimento e de desenvolvimento pessoal tendo em consideração que animar o tempo não é ocupar tempo e que envolve previamente processos de comunicação complexos.

Nos dias de hoje, a animação é um fator determinante de melhoria de vida pois é esse “o estímulo dado à vida mental, física e emocional dos habitantes de uma determinada área para os encorajar a empreender várias atividades que contribuem para o seu desenvolvimento, permitir-lhes exprimir-se melhor e dar-lhes o sentimento de pertencerem a uma comunidade cuja evolução eles podem influenciar. Nas sociedades urbanas atuais, este estímulo raramente surge espontaneamente da vida quotidiana, pelo que tem de ser criado como um acréscimo ao ambiente circundante” (Simpson, 1976, p. 143).

Para que a animação seja integrada num plano de animação deve ser desenvolvida de forma regular e sistemática, apresentadas por sua vez, num conjunto de ações efetuadas com base na utilização de um determinado número de técnicas de intervenção. Imhof (1996) afirma que “a função da animação é definida como uma função de adaptação às novas formas de vida social com dois aspetos complementares de correção de desajustamentos e elementos de desenvolvimento individual e coletivo “ (Imhof, 1996, p. 9). Deste ponto de vista, animar transforma numa situação lúdica, divertida e agradável uma situação considerada normal, graças a um conjunto de atividades previamente programadas, delineadas e direcionadas, com o objetivo de reforçar a coesão em grupo através da partilha e da experiencia, mas também que o individuo mostre as suas capacidades e desenvolva as suas melhores competências.

Considerando estes fatores na animação, os autores Almeida & Araújo (2017) reforçam que a Animação Turística é o complemento da animação, ou seja, é o conjunto de espaços de lazer, interação e aprendizagem, que desejavelmente proporcionam espaços de convergência de vantagens mútuas entre as necessidades dos turistas e o desenvolvimento económico-social das entidades, comunidades locais ou destinos promotores. É conseguido através da incorporação global do destino, onde abarca atividades lúdico- recreativas, pagas ou gratuitas, devidamente planeadas, comunicadas e implementadas junto dos turistas.

Os primórdios da Animação Turística em Portugal remontam para a década de 50, em que o descanso para os colegas de combate foi elaborado através de uma organização de férias para descanso (Puertas, 2004). Este conceito originou uma nova conceção de férias pois englobou alojamento em tendas de campo e refeições tipo buffet. O principal objetivo seria envolver a comunidade local num ambiente de relações sociais graças a uma aposta de programas de atividades diárias, com atividades desportivas e festas noturnas.

As evidências de uma alteração relativamente ao nível do consumo turístico, sentiram-se com maior notoriedade a partir da década de 90, mais concretamente nas eleições dos destinos. Perante este fenómeno, diversos fatores como as condições climáticas, determinaram uma mudança no tipo de consumo e originou novas exigências por parte dos visitantes. Isto porque, aos olhos do consumidor turístico, a oferta turística existente composta basicamente pelo alojamento e restauração, verificou-se insuficiente (Almeida, 2004).

Esta nova forma de pensamento, obrigou a repensar as linhas de atuação face à oferta por parte dos agentes económicos, uma vez que se sentiu necessidade de ocupar os tempos livres, de explorar melhor as regiões em termos de recursos (naturais, históricos e culturais). Perante este cenário, a Animação Turística surge precisamente com o objetivo de combater essas lacunas e ocupar o vazio existente. Na ideia de Almeida (2004) este considera que a animação é por isso

“o estímulo que proporciona uma melhor forma de estar, física e psíquica, a um determinado grupo de pessoas, permitindo a sua participação num determinado conjunto de atividades (...)” (Almeida, 2004, p. 24).

A Animação Turística é uma atividade que impulsiona, motiva e facilita uma participação ativa do turista nas viagens e nos eventos, fora do seu local habitual de residência, proporcionando uma melhor forma de estar, quer seja física ou psíquica (Pereira et al., 2014). Desta forma, a animação tem como objetivos:

- Realçar o interesse do visitante pelo local visitado através da ocupação do tempo livre e do prolongamento do tempo e consumo (Torres, 2004);
- Avaliar e desfrutar do destino através dos seus recursos mais particulares e diferenciadores, respeitando o meio social e ambiental envolvente (Ramos & Marques, 2012);
- Impulsionar a capacidade de mostrar o "oculto turístico". Admite-se esta designação como sendo a "riqueza de um destino que muitas vezes não se reflete nas infraestruturas e nos folhetos turísticos; a história, as gentes, a tradição, o artesanato e os costumes locais; um povo que transforma a sua casa e a sua terra numa atração ou numa atividade de animação turística" (Almeida & Araujo, 2012, p. 52). Importa referir que a Animação Turística

“mercê da sua amplitude variável, tanto em termos de conteúdos, como no que toca às pessoas envolvidas, poderá ter espaços de intervenção também muito variáveis, envolvendo uma unidade hoteleira, uma cidade, uma região ou até mesmo um país.” (Almeida & Araújo, 2017, p. 41).

Neste leque alargado de intervenção podem estar agregados valores culturais, sociais, económicos, ambientais e mesmo políticos. A área de estudo da Animação Turística é impulsionada pela atratividade e diferenciação do destino, causada pelos diversos atores, cuja eficiência depende, em grande medida, do envolvimento e interdependência. É inevitavelmente uma atividade sistémica pois é ferramenta pedagógica de emancipação dos turistas e das populações autóctones e desenvolvimento dos respetivos territórios afetados (Almeida & Araújo, 2017).

## 1.2 Gestão Governamental do Turismo

Nesta fase é importante descrever a estruturação da gestão governamental do turismo a nível mundial e em Portugal. Para esse efeito, abordar-se-á uma contextualização histórica até 1974 e posterior a esta data, ou seja, antes e depois do 25 de abril até aos dias de hoje.

Seguidamente, compete entender quando e como surgiram as entidades regionais, assim como as associações e sindicatos do turismo em Portugal. Entender a origem de uma área é fulcral para melhor perceber a sua versatilidade, a sua trajetória e as suas perspetivas.

Na área do governo propriamente dito, a introdução da política pública como ferramenta das decisões do governo é produto da Guerra Fria e da valorização da tecnocracia como forma de enfrentar suas consequências. Para Souza (2006) nasce nos Estados Unidos da América (EUA) a primeira disciplina académica e área de conhecimento relativamente às políticas públicas. Foi Robert McNamara o responsável por este fenómeno impulsionado pela criação da organização não governamental *Rand Corporations* em 1948. Portanto, na Europa esta temática vai surgir como forma de multiplicação de trabalhos tendo por base as teorias explicativas sobre o estado e o respetivo papel do governo. Por causa deste fundamento, os autores Harold Lasswell, Herbert Simon, Charles Lindblom e David Easton, foram intitulados como os quatro pais das políticas públicas.

O autor Lasswell (1936) introduz nos anos 30, através da expressão *policy analysis* (análise de política pública), a compatibilização do conhecimento científico e académico com a trabalho empírico dos governos. Pretendeu também estabelecer o diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo.

Para complementar, Simon (1957) impulsionou o conceito de *policy makers* (racionalidade limitada dos decisores públicos), argumentando que a limitação da racionalidade poderia ser minimizada pelo conhecimento racional, ou seja, a racionalidade dos decisores públicos é sempre limitada por vários problemas tais como o fornecimento de informação incompleta, o tempo para a tomada de decisão e autointeresse dos decisores. Contudo, essa racionalidade, pode originar a criação de regras e incentivos que enquadre o comportamento dos intervencionistas, perspetivando a moderação dos mesmos e impedindo a maximização de interesses próprios.

Face a estas teorias, Lindblom (1959) questionou os autores anteriores e propôs a incorporação de outras variáveis à formulação e análise de políticas públicas, como por exemplo as relações de poder e a integração entre as diferentes fases do processo deliberativo. Isto porque as políticas públicas necessitariam integrar outros elementos tais como o papel das eleições, das burocracias, dos partidos e dos grupos de interesse.

Já Easton (1965) cooperou na definição das políticas públicas como um sistema tendo em conta que as considera como uma relação entre formulação, resultados e o ambiente. No entanto, é difícil estabelecer uma única definição daquilo que são as políticas públicas, surgindo, por isso, o conceito de Mead em 1995. O autor Souza (2006) descreve-as como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas.

Como ressalva Pereira (1987) as políticas públicas são garantidas por lei através de linhas de ação coletivas que pretendem concretizar os direitos sociais declarados. Estas são as responsáveis por distribuir bens e serviços em resposta à sociedade. Em suma, as políticas públicas constituem um compromisso a longo prazo de atuação em certas zonas e por isso, foram criadas com o objetivo de responder às necessidades emergentes na sociedade. Estas necessidades podem ser económicas, ambientais, científicas, tecnológicas e até turísticas, correspondendo mutuamente às áreas de atuação das políticas públicas. Mais concretamente no turismo, esta área detém as suas próprias políticas públicas atendendo às necessidades do turismo, o que favorece o seu desenvolvimento.

Tendo por base o autor Henriques (2003) este considera que a capacidade revelada na conciliação de diversos domínios pertinentes no que respeita ao progresso das atividades turísticas e de um modo geral, no processo de desenvolvimento local e regional, são fatores considerados necessários por parte da intervenção do estado. Na inexistência desta intervenção, tenderia a surgir falta de coesão e de direção, impactando por esse motivo uma carência no desenvolvimento da indústria do turismo, assim como um compromisso a longo prazo no potencial turístico e a curto prazo na vinculação de iniciativas.

Perante este cenário, a garantia do funcionamento correto e estável do mercado passa por não atingir os interesses da comunidade, podendo em alternativa ser obtido através da limitação e determinação de condições apropriadas por parte do setor público. Assim, a centralização da função reguladora e disciplinante da atividade económica passa a ser o principal objetivo do estado, abandonando progressivamente áreas onde tradicionalmente tinha um papel de intervenção direta (Henriques, 2003).

De acordo com Cunha&Abrantes (2013) durante muitos anos, a intervenção do estado no turismo limitou-se à criação de incentivos ao seu progresso porque o turismo era encarado como uma forte atividade de obtenção de divisas e também como um contributo na redução de dificuldades económicas, aumentando desta forma o financiamento no desenvolvimento industrial.

Este fenómeno explica-se pela razão de ao turismo não lhe ter sido concebido o estatuto de atividade económica devido à sua dimensão reduzida que não fundamentava intervenções significativas e, pelo facto de existir pouca determinação de cuidados especiais em termos de gestão face ao grau de exigência. Até então não era permitido em conselho abranger o turismo nos tratados fundadores da União Europeia (UE), nem lhe reconhecer a existência jurídica.

Apesar das constantes tomadas de decisão do Parlamento Europeu e do Conselho Económico e Social Europeu não incluiu, portanto, o turismo no conjunto das atividades que visavam cumprir a sua missão e objetivos durante várias décadas. Só após a II guerra mundial, surge a Organização Europeia para a Cooperação Económica (OECE) que permitiu pela primeira vez atribuir ao turismo a importância da sua atividade para a recuperação e desenvolvimento económico. De facto, depois de 1958 e após a entrada em vigor do tratado de Lisboa, é que a CEE (hoje designado por UE) passou a ter competência para apoiar, coordenar e complementar a ação dos estados membros nesta matéria. É certo que foram sendo atribuídos apoios ao desenvolvimento do turismo, mas por via de programas destinados a outros setores pois o turismo não subsistia nas políticas desenvolvidas pela então CEE (Cunha & Abrantes, 2013).

A designação da OECE alterou para OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico), tendo originado um comité de turismo com o objetivo de promovê-lo entre os países membros e a desenvolver ações para suprimir ou diminuir os obstáculos às viagens. Presentemente, a par das dimensões económicas, culturais, políticas, sociais e ambientais, também se destaca outros fatores mercê de uma maior atenção pelo estado e pelo privado, como é o caso do turismo. Assim, é-lhe reconhecido um papel importante na conservação e valorização do património cultural e ambiental, originando para o efeito novas formas de lazer e recreio suscetíveis de dar resposta aos anseios individuais e coletivos (Cunha, 2013).

### 1.2.1 Contextualização histórica até 1974

Nos princípios do século XX, mais concretamente em 1901, o primordial movimento internacional de institucionalização do turismo corresponde, de facto, à primeira forma de consciencialização da importância que o turismo tinha ganho no desenvolvimento das sociedades (Heiss, 2009).

Em Portugal, o jornalista e ferroviário português Leonildo de Mendonça e Costa foi o responsável pela criação de uma sociedade que difundisse o turismo no país, tornando-se diretor da Gazeta dos Caminhos de Ferro. As várias viagens que fizera pelo estrangeiro permitiu-lhe contactar com as iniciativas que se iam desenvolvendo em prol do turismo nos diversos países, constituindo por isso a origem de tal ideia. Surge portanto, a primeira instituição privada Portuguesa em 1906, designada por Sociedade de Propaganda de Portugal, dando início às primeiras atividades institucionais do turismo português e aos primeiros passos na montagem de uma organização local do turismo português (Matos et al., 2011).

Constituiu também a primeira rede de sindicatos de iniciativas e propaganda local uma vez que foi esta sociedade que criou delegações próprias em várias localidades do país (Pina, 1988). Apresentando-se como uma das seguintes etapas da institucionalização do turismo durante a Primeira República Portuguesa em 1910, e segundo José Ataíde, foi possível:

“ [compatibilizar] carácter técnico e administrativo das questões que interessam o turismo” com um projeto muito mais universal de reconfiguração da ação do Estado: «o futuro [...] há de mostrar que às Repartições de Turismo está reservado um papel preponderante, sendo elas o órgão centralizador, perante o qual serão afetas as graves questões de turismo nacional, cabendo-lhes a direção e fiscalização dos complicados serviços que este importa” (Ataíde, 1912, pp. 61–62).

Desta forma, a organização da “indústria do turismo” prevê a criação de uma ordem jurídica, na qual a relação entre instituições oficiais e iniciativas particulares fica responsabilizada sob a domínio do Estado.

“Essa indústria tem de seguir a ordem natural de obediência às leis fundamentais de administração para que os seus resultados não sejam negativos” (Lisboa, 1919, p. 57).

Em 1911, realizou-se em Portugal o primeiro Congresso Internacional de Turismo, cuja ação esteve diretamente associada à Sociedade Propaganda de Portugal (SPP). A razão deste fenómeno deveu-se à participação e influência da SPP nos Congressos de 1909 e 1910, impulsionando assim a decisão de se realizar o 4.º Congresso Internacional de Turismo em Portugal. De salientar que esta Sociedade participou nos anteriores congressos nomeadamente no II Congresso de Turismo que teve lugar em San Sebastian, em 1909, e no III Congresso realizado em Toulouse em 1910.

Também em 1911, surge o órgão oficial de promoção da atividade turística que permitiu a elaboração do primeiro projeto que objetivava a descentralização da ação no conselho de turismo em 1914. Desta forma confirmou-se o papel organizacional e fiscalizador de um Estado, em consentir a valorização da continuidade da ação pública, para além da casual oposição entre os regimes políticos consecutivos. Para Vidal (2021) é possível obter uma visão segmentada na década de 1920 das atividades das Comissões de Iniciativa pois, a relação entre a administração central, as autarquias e as Comissões de Iniciativa locais estavam no centro de um debate bastante aceso, verificada até à aprovação do Código Administrativo de 1936.

Como tal, em 1920 criou-se uma administração local do turismo em que objetivou a inscrição das associações locais na comunidade de ação, principalmente as delegações locais da Sociedade Propaganda de Portugal (Jesus, 2014). Só em 1921, foram instituídas as Comissões de Iniciativa em todas as “estâncias” de turismo, pautada pela Lei n.º 1152 de 23 de abril de 1921 e pelo Decreto n.º 8174 de 14 de março de 1923.

A regulamentação dessas Comissões, publicado em 1923, abrangeu um elevado número de localidades turísticas, determinando-se certas categorias sendo elas praias, estâncias climáticas, de altitude, de repouso e estâncias de turismo *stricto sensu* (em sentido estrito). O primeiro Congresso Nacional do Turismo dá conta que estas Comissões de iniciativa local dominaram um acelerado desenvolvimento entre os últimos anos da Primeira República e o início dos anos 1930. Em 1921, originou ainda legalmente as Comissões de Iniciativa com a finalidade de difundir o desenvolvimento de estâncias hidrológicas, de praia, climáticas, de altitude, repouso e turismo e de proporcionar aos seus frequentadores, um meio confortável, higiénico e agradável, bem como de efetuar obras de iniciativas bem como aumentar a frequência das estâncias através da sua proliferação.

Para Vidal (2021) em 1924 o Guia de Portugal era constituído por 22 delegações regionais da Sociedade Propaganda de Portugal, afirmando que as delegações locais desta sociedade constituem por um enredo descontínuo, com limites relativamente imprecisos, na maior parte dos casos dependentes da boa vontade e do dinamismo de algumas personalidades locais. Regulamentada pelo Decreto-Lei n.º 15.465 de 14 de maio de 1928, a legislação aprovada no início da década de 1920, afirma que o modo de financiamento das ações locais é um dos principais pontos de desacordo. A partir de 1929, as Comissões são sujeitas a um controlo orçamental direto por parte da Comissão Nacional de Turismo.

Durante o início do Estado Novo, essa perda de autonomia antevê as grandes alterações da organização administrativa do país pois apercebe-se de uma dimensão ainda inacabada no processo de construção de uma organização do setor do turismo à escala nacional. Como afirma Cadavez (2017) o primeiro Congresso Nacional de Turismo, datado de janeiro de 1936 pela Sociedade de Geografia de Lisboa, integra um período importante deste processo.

Após 30 anos da criação da Sociedade Propaganda de Portugal, este encontro permitiu equilibrar positivamente ou negativamente o que anteriormente tinha sido feito nesta matéria em Portugal ao longo das décadas passadas. Esta prossecução manifesta-se nacional ou internacionalmente nos diferentes congressos organizados, sendo designados como os verdadeiros órgãos do turismo. Apesar de o local da realização do congresso ter sido em Lisboa, e podendo contribuir para uma forte obliquidade, a lista da origem geográfica dos intervenientes oferece uma imagem contrastada deste grupo, que está longe de corresponder a uma representação da sua diversidade. Em 1936, surge também um novo Código Administrativo que extingue as 83 Comissões de Iniciativa em atividade e integra os órgãos locais de turismo na administração municipal o que, para esta época, corresponde a uma estatização das políticas locais (Machado, 2010).

A fim de cobrir todas as despesas das mesmas, era permitido que as Comissões cobrassem taxas sobre as despesas de todos os forasteiros que as frequentassem. Surge, portanto, nesta altura, o conceito de Zonas de Turismo pelo código administrativo publicado a 1936, art.º 101, de 31 de dezembro, em que considera como tais as localidades ou sítios dotados de estâncias hidrológicas ou climáticas, praias, paisagens admiráveis ou monumentos.

Este código definiu no artigo n.º 94, que as Comissões Municipais do Turismo (órgãos auxiliares de administração local) tinham como função gerir as zonas criadas pelo governo sob proposta da respetiva câmara municipal, quando coincidiam com os limites do concelho onde se situavam, desde que a sede se situasse na sede do concelho. A 31 de Dezembro, o Código Administrativo de 1940 estabeleceu o regime jurídico para os órgãos locais do turismo, mantendo-os como auxiliares da administração municipal dando, contudo, ampla autonomia às juntas de turismo. Contudo, os anos 60 também se marcaram por uma série de representações instabilizadoras (Santos, 2002) que sinalizam o início do processo de “destraditionalização” do país (Fortuna, 1997).

A este propósito, dá-se ênfase no eclodir da guerra colonial no continente africano, a par do aumento da emigração em massa proveniente de um lugar subprodutivo que origina uma expansão para a Europa (Rosas, 1994). Incontestavelmente marcado pelo nítido processo de destradicionalização, este contribui para o gradual recuo do analfabetismo e a crescente simplificação do acesso aos meios de comunicação de massas, e naturalmente, para o designado boom turístico que interpela a sociedade portuguesa dos últimos anos do Estado Novo.

Assim, considera-se nesta fase o início de um novo ciclo no turismo português, asseverado pelo facto de, nos anos 70, registar-se um crescimento exponencial de turistas, acompanhado pela atenuação do saldo até então deficitado na balança comercial nos anos de 1964. Este novo paradigma económico vai coligar o alargamento do tempo livre com novas rotinas de lazer e a progressiva sedimentação de modelos de consumo e de valores culturais diferentes (Fortuna, 1997). Seguindo a mesma linha de pensamento da institucionalização da 1ª República (Gonçalves, 2011), a Direção Geral de Turismo em 1968, aprofunda o esquema orgânico do turismo no poder político. Esta estrutura que passa a deter a tutela da formação turística articulada com a ação do então designado Instituto Nacional de Formação Turística (Brito, 2011).

Como remate final do I Congresso Nacional de Turismo, pode-se concluir que existiu uma urgência radical na reformulação dos serviços e da organização do turismo em Portugal como por exemplo, através da criação de um “comissariado” dotado dos meios orçamentais necessários, criação de uma Federação Nacional do Turismo e elaboração de um Código do Turismo que reúna a legislação em vigor e de um plano nacional que institua as diretrizes da intervenção oficial.

### 1.2.2 Depois de 1974

Segundo o Decreto-Lei n.º 46/89 de 15 de fevereiro, como causa da desorganização regional, surge um motivo de preocupação no que respeita à redução de informação estatística regional de natureza económica, acentuada pelas divergências verificadas nas matrizes de delimitação espacial adotadas ou utilizadas pelos diferentes setores administrativos e a pela insuficiência destacada na sua produção e tratamento. Tal procedimento tem inviabilizado análises integradas sobre diversos espaços regionais por manifesta impossibilidade de comparação de informação proveniente de diferentes setores.

Este cenário é incompatível com a necessidade de preparação de todo um conjunto de decisões relativas ao planeamento do desenvolvimento e com a valorização considerável no contexto das Comunidades Europeias, tendo em consideração que a adesão significa a adoção necessária de regras e procedimentos estatísticos comuns, onde a informação regional assume grande importância.

Não é naturalmente concebível que cada um adote ou se submeta a divisões regionais próprias. Por essa razão, foi criada no âmbito da CEE uma ligação entre o *Office Statistique*, os serviços da Comissão e os Estados membros, que permitiu a elaboração de uma norma comum, designada por Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS). No início dos anos 1970, fundou-se esta nomenclatura pelo Eurostats, visando a concordância das estatísticas dos vários países em termos de recolha, compilação e divulgação de estatísticas regionais. Apesar da divisão administrativa ser a mais antiga nomenclatura territorial estabelecida pelo Decreto-Lei n.º 46/139 de 31 de dezembro de 1964, só em 1986 é que esta divisão sofre ajustamentos pois em 1964 referia-se apenas os distritos, os concelhos e as freguesias como circunscrições administrativas.

Como refere a Resolução do Conselho Administrativo n.º 34 de 26 de março de 1986, as NUTS foram aprovadas neste ano e são constituídas por 3 níveis de agregação para unidades territoriais (Níveis I, II e III) cuja fixação corresponde quer a características específicas nacionais, quer às condicionantes e objetivos espaciais das políticas nacionais de desenvolvimento regional. Contudo, ao longo do tempo a nomenclatura sofreu alterações, com destaque para a harmonização das NUTS com a delimitação das regiões agrárias, como explicita o Decreto-Lei n.º 46 de 15 de fevereiro de 1989.

O Decreto-Lei n.º 163 de 1999 de 13 de maio engloba, para além das regiões, as Zonas Agrárias. Passa a incluir também os municípios de Odivelas, Trofa e Vizela nas matrizes de delimitação geográfica. Este decreto circunscreve também a áreas de atuação das Comissões de Coordenação Regional previstas no Apêndice I deste decreto, prosseguida na alteração de um novo Decreto-Lei, Decreto-Lei n.º 317 de 11 de agosto de 1999. A terceira alteração do Decreto-Lei é designada por Decreto-Lei n.º 244 de 2002 de 5 de novembro, em que estabelece as matrizes de delimitação geográfica da Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS).

Desta forma, os níveis da Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS) são fixados do seguinte modo: Nível I, constituído por três unidades, correspondentes ao território do continente e de cada uma das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira; Nível II, composto por sete unidades, correspondentes, no continente, às áreas de atuação das Comissões de Coordenação Regional, criadas pelo Decreto-Lei n.º 494, de 21 de dezembro de 1979, de que faz parte integrante os territórios das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. O Nível III, formado por 30 unidades, das quais 28 no continente, com a nova delimitação de que faz parte integrante também as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. A sua área geográfica de ação referencia-se somente ao continente e corresponde à área abrangida por cada NUTS (Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos).

De acordo com a Pordata (2013) a nomenclatura subdivide-se em 3 níveis (NUTS I, NUTS II, NUTS III), definidos de acordo com critérios populacionais, administrativos e geográficos. Em 2015 entrou em vigor uma nova divisão regional em Portugal designada de NUTS 2013. Em relação à versão anterior (NUTS 2002), traduz-se por significativas alterações de número e de composição municipal das NUTS III, das quais diminuíram de 30 para 25 unidades territoriais, agora designadas de unidades administrativas.

Essas unidades administrativas correspondem às "Entidades Intermunicipais", "Região Autónoma dos Açores" e "Região Autónoma da Madeira". Quanto às NUTS I e II, esta nova versão de 2013 não implicou alterações, tendo apenas a designação da NUTS II "Lisboa" passado para "Área Metropolitana de Lisboa". Assim, atualmente, os 308 municípios de Portugal agrupam-se em 25 NUTS III, 7 NUTS II e 3 NUTS I. (Pordata, 2013).

A última alteração do Decreto-Lei n.º 46/89, de 15 de fevereiro verificou-se no Diário da República n.º 163/2010, Série I de 23 de outubro de 2010, pois passou a integrar o concelho de Mação na unidade territorial do Médio Tejo. Decorridos mais de 12 anos sobre a aprovação da anterior nomenclatura estatística verificou-se, por um lado, alterações na estrutura administrativa do País que determinaram a introdução de ajustamentos pontuais na nomenclatura e, por outro, ocorreram alterações no perfil socioeconómico das regiões, em particular na NUTS II - Lisboa e Vale do Tejo, que não podem deixar de ser tidas em conta.

Pretendeu-se, com este Decreto-Lei, integrar num único diploma legal todos os ajustamentos da NUTS decorrentes de alterações na estrutura administrativa e, especialmente, proceder à adequação das NUTS ao atual perfil socioeconómico das regiões. Podemos então constatar que as NUTS, para além de serem uma referência no sistema de recolha, desenvolvimento e conformidade das estatísticas regionais ao nível comunitário e na análise socioeconómica das regiões, constitui também importância no enquadramento das políticas regionais comunitárias.

Como avança Cunha&Abrantes (2013) a estrutura hierárquica da administração pública, na maior parte dos países, organiza-se de cima para baixo, que engloba, numa escala de âmbito regional ao local, um nível responsável pela política de âmbito nacional e níveis de responsabilidade. De entre outros fatores, são as razões históricas e culturais, o nível de desenvolvimento económico, a coesão, a identidade nacional e a ideologia política, que influenciam a autonomia de cada governo no seu país.

Tendo por base estes princípios, grande parte dos países conseguiu estabelecer as suas organizações de turismo em que, salvo raras exceções, a responsabilidade coube ou concentrou-se num organismo nacional. Contudo, nos dias de hoje, sucedem alterações que levantam algumas objeções a este formato ou, pelo menos, que obriguem à sua revisão e adaptação. No que concerne ao turismo, uma organização de poder partilhado com órgãos de carácter privado ou de iniciativas municipais, assim como a inexistência de intervenções do Estado, permitiram esbater o modelo hierárquico. Para o efeito, coexistem sistemas hierárquicos (o caso dos países em desenvolvimento) com sistemas de tipo horizontal (o caso dos países mais desenvolvidos).

Ainda de acordo com Cunha&Abrantes (2013), em Portugal, a organização político- administrativa do turismo pode considerar-se de tipo horizontal (a nível regional e privado) e do tipo misto pela existência de uma estrutura hierárquica (um órgão da administração do Estado).

Assim, o Ministério da economia, no qual se integra a Secretaria de Estado do turismo, exerce as funções governamentais relativas ao turismo, promovendo e coordenando a concretização das políticas turísticas. Como já referido anteriormente, o Estado durante muito tempo desempenhava o papel de fornecer incentivos ao turismo para o seu progresso, tendo em consideração que esta área era vista apenas como criação de divisas. De ressaltar que a política de incentivos ao turismo já tinha sido encetada em 1987, por meio do Decreto n.º 420/87 de 31 de dezembro, no âmbito do Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional (FEDER).

Este plano visava a correção de disparidades regionais relativas ao turismo. Assim, o desenvolvimento regional passa a englobar e a importar a nível de capital, a indústria turística particularmente para as regiões que expunham uma estrutura de desenvolvimento mais ténue, mas com um efetivo potencial de desenvolvimento turístico.

Consequentemente, o Programa já em marcha de Desenvolvimento Regional, considera que o turismo é um importante instrumento de política regional. Desta forma, através do primeiro Plano Nacional de Turismo Português, datado de 1985-1988, delimitam-se prioridades regionais específicas, sobretudo as referentes ao termalismo, turismo rural, turismo de habitação e agroturismo (PNT, 1988). Esta estratégia veio criar o Decreto-Lei n.º 402 de 3 de dezembro de 1986, alterado pelo Decreto-Lei n.º 400 de 17 de dezembro de 1990, que refere a competência do IPT na promoção e difusão de Portugal como destino como destino turístico. Incumbe também a coordenação e realização de ações de promoção no país e no estrangeiro. Após 6 anos nesta administração, surge o Decreto-Lei n.º 179 de 17 de agosto de 1992 que extingue o IPT, passando todas as suas competências para o instituto de comércio externo de Portugal. Este instituto teve origem em 1982 pelo Decreto-Lei n.º 115 de 14 de abril de 1982.

A partir de 1992, de forma a continuar a ação do Instituto de Promoção Turística e dos centros de turismo de Portugal, a promoção externa do turismo português passa a contar ainda com a ação pioneira do ICEP - Instituto do Comércio Externo de Portugal, tutorado pelo então Ministério do Comércio e Turismo, cuja ação é dedicada à promoção e divulgação dos produtos, equipamentos e serviços de origem portuguesa (Firmino, 2007). Ainda em 1992, o plano de incentivos decretado pelo Decreto n.º 420 de 31 de dezembro de 1987, alterou para o Decreto-Lei n.º 215 de 13 de outubro de 1992, pois tornou-se necessário à sua atualização no sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo. Objetivava por isso a diversificação da oferta turística, a adaptação e modernização dos equipamentos turísticos já existentes e a criação de novos empreendimentos.

Em 1994, a organização turística a nível regional e local sofreu apenas alterações significativas a nível da subordinação da atividade turística dos órgãos locais de turismo à orientação do secretariado nacional da informação, cultura popular e turismo, mantendo-se por 16 anos. Para fazer face às expectativas anteriores a 1974 descritas no I congresso, surge a Federação Nacional do Turismo em 1995, comumente designado por Confederação do Turismo em Portugal que perspectiva reunir a totalidade das associações empresariais da atividade turística.

O Código Mundial de Ética do Turismo foi aprovado em outubro de 1999, em conformidade na Assembleia Geral da Organização Mundial de Turismo, e destina-se aos governos, à indústria de viagens, às comunidades e aos turistas. O turismo passa a ser visto como um forte congregador das políticas de ordenamento territorial que devem promover, simultaneamente, o equilíbrio económico de cada província e o progresso geral da Nação. O modelo organizativo do turismo português é marcado pela arquitetura jurídica institucional, tendo início em 2005, coincidindo com uma profunda alteração estrutural dos serviços do turismo. As transformações institucionais são indicadas pelo PRACE – Programa de Reestruturação da Administração, o Conselho de Marketing e o Fiscal Único.

Em 2006, surge o Instituto do Turismo de Portugal (TP) no âmbito do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE), em que a primeira iniciativa legislativa dirigida às Parcerias Públicas Privadas (PPP), é prevista no Decreto-Lei n.º 86 de 2003. Posteriormente, este foi revogado e substituído pelo preâmbulo n.º 141 de 2006 (modificado pelo Decreto-Lei n.º 141/2007 de 27 de abril) com vista uma maior modernização administrativa e garantir uma melhoria dos serviços públicos. Pretendeu-se também reforçar a criação de uma única estrutura pública que dê continuidade à missão de promover a valorização e sustentabilidade da atividade turística nacional.

O Decreto-Lei n.º 111/ 2012 de 23 de maio prevê a participação do Estado em termos de fiscalização, alteração de leis e acompanhamento global das parcerias público-privadas, assim como a criação de uma unidade técnica de acompanhamento de projetos. Todavia, a direção geral das atividades económicas (DGAE) é a responsável pela promoção e articulação da política da empresa com outras políticas públicas nomeadamente nas áreas do ambiente e no ordenamento do território, nas quais se integram o turismo.

Reflete também a cooperação para a definição e concretização das políticas que enquadram o relacionamento económico externo apoiando o governo na formulação e execução da política do turismo. Por sua vez, é a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) que compete a fiscalização de todos os locais onde se proceda a qualquer atividade turística. Com o progressivo desenvolvimento do turismo, surge, em abril de 2008, as entidades regionais do turismo regulamentadas pelo Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de abril.

Este congrega as pessoas coletivas públicas de natureza associativa, com autonomia administrativa e financeira e património próprio, às quais estão sujeitas aos poderes de tutela governamentais. Este Decreto-Lei delimita e caracteriza as áreas regionais, assim como o regime jurídico da criação, organização e funcionamento das respetivas entidades regionais de turismo.

### 1.2.3 Entidades regionais e do Turismo

A representação dos órgãos locais e regionais de turismo coube historicamente, quase sempre, a representantes de várias administrações públicas (local e central) e de vários interesses privados como enfatiza o art.º 2º da Lei n.º 1152, de 23 de abril de 1921 – Comissões de Iniciativa- e o art.º 122º e 126º do Código Administrativo de 1940, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 31095, de 31 de dezembro de 1940 -Zonas de Turismo. A natureza regional e territorial destas entidades esteve na base de uma história (Machado, 2010) que se centrou em vários regimes jurídicos, uns de vertente municipal e descentralizador (Decreto-Lei n.º 437/82, de 16 de agosto de 1982); outros de carácter mais centralizador (Decreto-Lei n.º 67/2008, de 10 de abril de 2008), o que consolidou a dependência financeira dos órgãos regionais de turismo em relação à Administração Central.

Esta representação constitui uma espécie de composição plúrima de interesses associativos público-privados, espelhando bem a dificuldade jurídica de enquadrar estes organismos da administração pública numa categoria bem definida. (Moreira, 2002, 2005) defendeu inicialmente a sua natureza como “consórcios públicos” (2002, p. 362) e depois como “organizações híbridas”, simultaneamente com administração regional do Estado e administração municipal (2005, p.38). Na verdade, o termo “regional” tem um cunho significativo territorial no âmbito da natureza das Regiões de Turismo (RT).

A necessidade da criação de órgãos locais ou regionais de turismo surgiu antes de conceber os órgãos nacionais, na maior parte dos casos, por iniciativa privada. Com efeito, o crescimento das estâncias turísticas no princípio do século XX (estâncias termais, marítimas, climáticas) despertou não só os empresários locais, mas também as municipalidades para a necessidade de criar organizações de defesa de interesses comuns, de promoção dos seus negócios e de melhor estruturação das localidades como destinos turísticos.

À medida que o turismo se foi desenvolvendo e assumindo novas dimensões, essas organizações foram-se profissionalizando passando a dispor, em muitos casos, com a colaboração ou intervenção do poder local, de estruturas organizacionais a nível empresarial para melhor garantirem o funcionamento dos respetivos destinos (Cunha & Abrantes, 2013).

Em todos os casos são as populações e os interesses locais, através de órgãos identificados com as realidades locais, os mais aptos para eleger a vocação turística da sua região. Isto vai permitir uma garantia do seu grau de atividade e um ajustamento das melhores condições de permanência, em particular nos aspetos da organização, informação, animação e ocupação dos tempos livres. Os primeiros passos para o lançamento de regiões em base democrática surgiram em 1979 com a criação das regiões de turismo do Alto Minho e de São Mamede por dois diplomas legais sendo eles o Decreto-Lei n.º 519-L1/79 de 29 de dezembro e Decreto-Lei n.º 519-J1/79 de 29 de dezembro respetivamente.

Os preâmbulos assinalados reforçam a ideologia anteriormente descrita pois afirmam o reconhecimento de que o turismo desempenha um papel relevante a nível nacional e regional através da dinamização da atividade económica, impondo assim a necessidade de criação e estruturação de órgãos regionais capazes de realizar no seu absoluto as tarefas mais apropriadas à promoção da atividade. A apresentação inadequada dos órgãos regionais e locais de turismo perante a dimensão e importância que este setor detém, incumbe inevitavelmente a uma revisão do esquema da regionalização turística.

Todavia, constata-se que em determinadas regiões, comparativamente às quais existem potencialidades para o desenvolvimento do turismo, se torna imprescindível a implantação de órgãos adequados na conceção das condições daquele desenvolvimento, sem prejuízo do esquema nacional que vier a ser adotado. Desta forma, os municípios da Região do Alto Minho manifestaram-se com o intuito de criar um órgão regional de turismo.

Para efeitos do pressuposto, o diploma Decreto-Lei n.º 519-L1/79 de 29 de dezembro origina a Comissão Regional de Turismo do Alto Minho (Costa Verde), onde se procurou aprovisionar de uma adequada dimensão e estrutura face às necessidades turísticas da região. Nesta linha de pensamento, o caso da região de São Mamede não é exceção pois os municípios também se manifestaram com a mesma preocupação. Assim, cria-se pelo mesmo diploma a Comissão Regional de Turismo de S. Mamede (Alto Alentejo), com o objetivo de fazer face às necessidades turísticas da região.

Após algumas alterações na legislação devido à distribuição de impostos de turismo e receitas, só em 1982, verificou-se alguma estabilidade política. Surge por isso o Decreto-Lei n.º 327 de 16 de agosto de 1982, que consagra o princípio da descentralização, mas contrariamente ao que se havia verificado na Lei n.º 2082, de 4 de junho de 1956, não garantiu o financiamento das regiões de turismo e, em termos de competências, ficou há-quem dessa lei.

As Comissões Regionais de Turismo existentes configuram-se de modo diferenciado e regem-se por leis e por princípios por vezes antagónicos, conforme surgiram antes ou depois do 25 de abril de 1974 e, dentro deste período, de acordo com os vários momentos que o caracterizaram. O grau de dependência ou independência em relação ao Estado e o seu relacionamento com as autarquias são variáveis de comissão para comissão, o que dificulta o seu funcionamento e levanta questões no desenvolvimento da sua atividade. No sentido de prevenção, a Secretaria de Estado do Turismo procurou reestruturar os órgãos existentes e dotar todo o território do continente com órgãos de âmbito espacial conveniente, com adequada capacidade técnica e financeira e providos de poder de decisão.

Posto isso, o governo decide aprovar o Decreto-Lei n.º 327/82, de 16 de agosto, tendo em vista normalizar as Comissões Regionais existentes e criar condições a uma rápida entrada em funcionamento das que se pretendam institucionalizar. Com a finalidade de interessar as autarquias na criação de órgãos regionais de turismo faz-se depender da sua manifestação de vontade a criação das Comissões Regionais de Turismo, cujos órgãos passarão a controlar, e por cuja manutenção se responsabilizarão, sem embargo dos necessários apoios a fornecer pela administração central. O Estado encontra-se minoritariamente representado nas Comissões Regionais, inviabilizando-se assim qualquer ação de controle, mas continua a informar e coordenar.

O Decreto-Lei n.º 327/82, de 16 de agosto consagra expressamente os princípios de descentralização e formas de associativismo autárquico proporcionarão um imediato arranque na completa cobertura do País, no âmbito global da política de regionalização adotada pelo Governo. Em 1991 procedeu-se à revisão do diploma de 1982, com vista a melhorar a operacionalidade das regiões de turismo como instrumentos fundamentais na animação e promoção turística das respetivas regiões, bem como na cooperação em conjunto com a administração central na promoção da oferta turística. Para efeitos de ordenação do planeamento turístico para Portugal continental e considerando a legislação fixada pelo Decreto-Lei n.º 46/89, de 15 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º

163/99, de 13 de maio, pelo Decreto-Lei n.º 317/99, de 11 de agosto, pelo Decreto-Lei n.º 244/2002, de 5 de novembro, e pela Lei n.º 21/2010, de 23 de agosto, onde a publicação da Lei n.º 33/2013, de 16 de maio, estabeleceu cinco áreas regionais.

Estas áreas regionais de turismo em Portugal Continental refletem as áreas abrangidas pelas unidades territoriais utilizadas para fins estatísticos NUTS II. Portanto considera-se Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve correspondente ao turismo do Porto e Norte de Portugal, com sede em Viana do Castelo, Turismo do Centro de Portugal com sede em Aveiro, Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa, com sede em Lisboa, Turismo do Alentejo e do Ribatejo, com sede em Beja e Região de Turismo do Algarve com sede em Faro.

Posteriormente a 2013, surge em 2020 a Resolução da Assembleia da República n.º 16/2020, que altera pela segunda vez o Decreto-Lei n.º 111/2012, de 23 de maio. Este Decreto-Lei veio cessar a vigência do Decreto-Lei n.º 170/2019, de 4 de dezembro correspondente aos contratos públicos.

Sendo as Entidades Regionais de Turismo (ERT), segundo o Turismo de Portugal (TP), responsáveis pelo desenvolvimento turístico regional, alinhado com as diretrizes nacionais para a área do turismo, a nova lei define ainda o regime jurídico da organização e funcionamento das entidades regionais de turismo, às quais compete também valorizar e fortalecer as potencialidades turísticas e administrar de forma integrada, os destinos no quadro. Esta entidade encontra-se contemplada por quatro órgãos como a assembleia geral, onde têm assento as entidades participantes; a comissão executiva onde reside o órgão executivo e de gestão da entidade regional; o conselho de marketing onde o responsável pela aprovação e acompanhamento da execução do plano de marketing e o fiscal único, permite que este novo modelo de gestão estimule o envolvimento dos agentes privados na ação destas entidades.

O Turismo de Portugal surge como a principal entidade de Turismo e encontra-se sob tutela do Ministério da Economia e do Mar, com uma Secretaria de Estado do Turismo, Comércio e Serviços sendo estes responsáveis pela delimitação das políticas na área do turismo. A Autoridade Turística Nacional constitui o Turismo de Portugal e por isso, é um organismo central com domínio sobre todo o território nacional.

O Turismo de Portugal agrega numa singular entidade as competências institucionais inerentes ao incentivo da prática do turismo, caracterizadas pela procura e pela oferta, sendo por isso a responsável por promover, valorizar e sustentar a atividade turística em Portugal.

No que respeita a nível regional, atuam na área do turismo quatro principais parceiros institucionais sendo eles as Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR), as Entidades Regionais de Turismo (ERT), as Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) e as Câmaras Municipais.

A área do turismo nos arquipélagos dos Açores e da Madeira, sujeitam-se à tutela dos respeitantes Governos Regionais. Desta forma, a secretaria regional dos transportes, turismo e Energia compete aos Açores e a Secretaria Regional de Turismo e Cultura à Madeira. A tabela seguinte (Tabela 1), estão representadas as Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) de Norte a Sul de Portugal, como refere o Turismo de Portugal (2022).

Tabela 1- Agências Regionais de Promoção Turística

Entidade	Descrição
Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal	Criada em 1995, é uma organização sem fins lucrativos, através de um aglomerado de instituições com interesse no desenvolvimento da atividade turística no Porto e Norte de Portugal.
Agência Regional de Promoção Turística do Centro de Portugal	É uma associação sem fins lucrativos responsável pela promoção da região Centro de Portugal nos mercados externos, que engloba membros dos setores público e privado.
ATL – Associação Turismo de Lisboa, Visitors and Convention Bureau	Formada em 1997, é uma associação privada sem fins lucrativos, definida como uma Agência Regional de Promoção Turística para a Região de Lisboa desde 2004.
Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo	Edificada em 2004, constitui uma parceria entre os setores público e privado, sendo por isso a entidade responsável pela promoção turística do Alentejo em todos os mercados externos.
ATA – Associação Turismo do Algarve	é uma pessoa coletiva de direito privado assumindo a forma de associação, sem fins lucrativos. Esta associação é a única entidade reconhecida pelo Turismo de Portugal enquanto Agência Regional de Promoção Turística.
APM – Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira	Fundada em 2004, constitui uma associação sem fins lucrativos por uma entidade pública e uma entidade privada sendo estas a Direção Regional de Turismo e a Associação Comercial e Industrial do Funchal.
ATA – Associação de Turismo dos Açores	É uma associação sem fins lucrativos e de direito privado, que decorre de uma parceria entre o setor público e privado. Tem como objetivo principal a promoção da Região como destino turístico.

Fonte: Elaboração própria

Por sua vez, o Turismo de Portugal representa Portugal na Organização Mundial do Turismo (OMT/ UNWTO) desde 1976. A OMT detém a sua sede em Madrid e desde 2003 que é considerada como uma agência especializada das Nações Unidas, sendo no âmbito do turismo a principal organização internacional. São por isso aqui debatidas questões em torno da política do turismo, uma vez que é considerado um fórum mundial.

Este cenário é justificado pelo número avultado de países, membros, associados e filiados, uma vez que atualmente congrega 159 países, 6 membros associados e mais de 500 membros afiliados. Estes últimos representam o setor privado, associações do setor, instituições de educação e autoridades turísticas locais (Turismo de Portugal, 2022b).

#### 1.2.4 Associações e sindicatos

O direito sindical também é denominado como direito coletivo do trabalho, apesar de que nem toda relação jurídica coletiva envolve o sindicato. Nesta perspetiva, o âmbito do direito coletivo do trabalho demonstra-se mais amplo do que o do direito sindical. De acordo com Warren (2001) existe uma uniformidade na literatura que menciona a importância das associações para a ampliação e aprofundamento da democracia. Para efeitos do pressuposto, é necessário compreender que o associativismo preenche, de forma substancial, uma boa listagem de exigências consideradas fundamentais para o estabelecimento de uma sociedade democrática.

De acordo com a FESAHT (2018) o sindicato durante a monarquia, mais concretamente nos anos de 1898 e 1910, foi marcada pelo ultimato inglês, pela corrupção abrangente, pela degradação das finanças públicas e pelos gastos avultados e desproporcionais da casa real. Noutra realidade, verificava-se desemprego, fome e diversos fatores de degradação da sociedade que provocaram grande descontentamento social e político, que originava lutas por parte dos trabalhadores como por exemplo as greves, ainda que proibidas e punidas com pena de prisão. Constituiu-se então na cidade do Porto, a 25 de maio de 1898, a mais antiga organização sindical de classe conhecida na hotelaria, designada por Associação de Classe dos Empregados de Cafés, Restaurantes e Hotéis do Porto. Como marco histórico, é inaugurado em 1899, o mais antigo café do Porto e terá sido também dos primeiros a servir o café "expresso". Nesta altura, os trabalhadores continuavam a demonstrar o seu descontentamento como por exemplo na abolição da gorjeta e a fixação de taxa de serviço como forma de remuneração, assim como a obrigatoriedade de os trabalhadores pagarem para exercer a sua profissão.

Isto porque todas as gorjetas angariadas tinham de ser repartidas em 50% com o patrão. Esta injustiça tomou uma grande proporção, tendo por isso iniciado um movimento de protestos na segunda metade do ano de 1909.

Com o cessar da monarquia em 1910, o Rei D. Carlos instituiu a Ditadura por Decreto, levando este governo prepotente a vazar a contestação social e a atrair boas práticas dos trabalhadores através da lei do descanso obrigatório ao domingo (7 de agosto de 1907). Já na primeira república, entre 1910 e 1926, o ultimato inglês provocou uma revolta militar e popular, após a primeira declaração da república a 31 de janeiro de 1891 (FESAHT, 2018).

A 5 de outubro de 1910, este novo regime conseguido através da derrubada da monarquia, é considerado um progresso a nível de sistema político e de algumas liberdades civis, contudo, ao invés de melhorar a classe operária e trabalhadores em geral, contribuiu para a afetação das mesmas. Perante este cenário, a FESAHT (2018) acredita que na criação da primeira Lei laboral republicana ou comumente designada por Lei da greve / Decreto Burla, introduziu-se mais dificuldades na realização do direito à greve que até então não se verificava na monarquia. Como é expectável, o operário em 1919, participou fortemente numa luta contra a tentativa da restauração da monarquia, que resultou posteriormente a um Primeiro de Maio, com a publicação da Lei do horário de trabalho a 7 de maio desse ano por parte do Governo da República.

Em 1933, foi publicado o estatuto corporativo que decretava o aparecimento de sindicatos e associações como organismos do Estado fascista, com o objetivo de representar os trabalhadores e patrões. Este proibia a sua existência na pesca e na agricultura, na administração pública e nos correios. O golpe militar a 25 de Abril de 1974 derrubou o regime transato e promoveu a saída em massa dos trabalhadores e do povo para a rua, transformando a ação militar libertadora em revolução. Os sindicatos corporativos, e todo o aparelho corporativo fascista, foi ocupado e desmantelado pelos trabalhadores. Ao longo de 48 anos da ditadura fascista, os trabalhadores sempre lutaram nos seus locais de trabalho ou pressionando as zonas afetadas ao regime a defenderem os seus direitos e interesses (FESAHT, 2018).

Em 1935, surge a Fundação Nacional para Alegria no Trabalho (FNAT) tutelada pelo Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social, que desenvolve atividades de valorização dos tempos livres nas áreas do turismo social, da cultura popular e do desporto amador, com preocupações de humanismo e elevados padrões de qualidade.

Até 1975, a fundação FNAT manteve esta designação até à data de 3 de abril, passando a denominar-se Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores (INATEL) admitindo a missão de recriar, prosseguir e renovar a sua herança e património.

Para a FESAHT (2018), após a revolução de abril, os sindicatos ainda nas mãos dos fascistas, realizaram assembleias gerais onde elegeram a forma democrática em direções provisórias e organizaram eleições por voto direto e secreto de todos os associados. A intersindical saudou a promulgação da constituição de 2 de abril de 1976 como uma grande conquista dos trabalhadores e do povo português.

Nela ficaram consagradas as principais conquistas e direitos conseguidos no terreno da ação durante o processo revolucionário. Atua na prestação de serviços sociais, com destaque na Cultura, Desporto e Turismo Social. Em 25 de junho de 2008, o INATEL deixou de pertencer à administração central do Estado pois passou instituir uma nova fundação privada de utilidade pública (a Fundação INATEL) que lhe sucede em todos os seus direitos e obrigações (INATEL, 2022).

Em 2007, surge a Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE) e é definida como uma associação que congrega e representa as empresas de congressos, animação turística e eventos de Portugal, onde a sua atuação concentra-se na representação de setores de relevância na Indústria Criativa e no Turismo, que por sua vez incluem organizações que concebem, desenvolvem e realizam produtos e serviços inovadores de grande interesse estratégico para a economia Portuguesa (APECATE, 2021).

Essas ofertas permitem enriquecer Portugal como destino turístico diferenciado e como local de eleição para a realização de eventos corporate, de marketing e culturais, pequenos e grandes congressos, nacionais ou internacionais, conferências, simpósios, reuniões, ações de Teambuilding, incentivos outdoor, atividades de turismo natureza ou de turismo cultural. A APECATE é, também, a voz das empresas portuguesas em várias instâncias europeias como a EC-OE (*European Confederation of Outdoor Employers*), de que é membro fundador e na LiveComAlliance (APECATE, 2021).

A nível de sindicatos, a área do turismo é abrangida principalmente pelo Sindicato dos Trabalhadores da Indústria de Hotelaria, Turismo, Restaurantes e Similares do Norte, pelo Sindicato Nacional da Atividade Turística, Tradutores e Intérpretes (SNATTI), e pela Federação dos Sindicatos de Agricultura, Alimentação, Bebidas, Hotelaria e Turismo de Portugal (FESAHT). Como refere o SNATTI (2022), em virtude de uma situação conturbada à qual necessitava de colocar fim, surge em 1936 o SNAT (Sindicato Nacional da Atividade Turística). Para apoiar um grupo de profissionais solicitou às autoridades a criação de um sindicato que objetivava a ordenação do exercício da atividade dos guias-intérpretes e também para os prevenir da opressão das agências.

Fatores como as guerras e acontecimentos históricos e políticos, não favorecerem a atividade do setor turístico. Após a data de 1945, o então presidente do SNAT (Ferreira Borges), para além da representatividade, apostou na formação dos futuros guias-intérpretes, inculcando ao sindicato a responsabilidade de verificar essa orientação e responsabilidade.

Em 1990, integrou-se oficialmente duas profissões do ramo linguístico, sem ligação direta ao turismo, mas que completam a sua abrangência, passando a designar-se SNATTI- Sindicato Nacional da Atividade Turística, Tradutores e Intérpretes. A Federação dos Sindicatos de Agricultura, Alimentação, Bebidas, Hotelaria e Turismo de Portugal (FESAHT) foi constituída nos primórdios pela fusão da Federação dos Sindicatos de Hotelaria e Turismo de Portugal (FESHOT) com a Federação dos Sindicatos de Alimentação, Bebidas e tabacos (FSIABT), datados de 1977 e 1981 respetivamente (FESHAT, 2016).

A origem da FESAHT remonta a 1999 por vontade dos trabalhadores dos respetivos setores de atividade e os primeiros estatutos foram aprovados em Congresso no ano de 2000. A FESAHT é uma organização sindical de classe e rege-se pelos princípios fundamentais de liberdade, da unidade, da democracia, da independência, da solidariedade e do sindicalismo de massas (FESHAT, 2016).

No setor privado nacional a nível de associações, estão representadas a Associação de Hotelaria Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), a Associação Portuguesa das Agências de Viagens (APAVT), a Associação Hoteleira de Portugal (AHP) e a Associação Termas de Portugal (ATP). A criação da Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) é datada de 1896. As suas origens remontam à atividade exercida pelos estabelecimentos que serviam comidas e bebidas ao público. Foi também quando nasceu a Associação de Classe dos Proprietários de Estabelecimentos, denominada Casas de Pasto e de Vinhos de Lisboa, no âmbito do respetivo concelho (AHRESP, 2022). Depois de 1974, devido à situação de atividade paralela entre a Associação das Casas de Pasto e de Vinhos de Portugal e dos Restaurantes e Similares de Portugal, surge a decisão de as fundir, dando lugar à Associação da Restauração e Similares de Portugal (ARESP).

Atualmente, é a maior Associação empresarial na defesa e representação do setor do turismo atuando essencialmente na Defesa e Representação das empresas do setor e na Promoção do Turismo.

A Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT) é a única associação desta classe em Portugal e a mais antiga e representativa do turismo nacional. Foi fundada em 30 de maio de 1950 por um conjunto de Agentes de Viagens que consideraram que, sob a forma de Associação, poderiam em conjunto melhor defender os direitos e interesses do seu setor de atividade (APAVT, 2019).

Ao longo dos últimos 70 anos, a Associação tem tido um papel fundamental no desenvolvimento do turismo nacional pois promove o debate de ideias entre os seus associados, apresenta propostas a todos os níveis, antecipa as mudanças do mercado e prepara o setor para os desafios que lhe são colocados (APAVT, 2019). Existem ainda 30 associações do turismo em Portugal que vieram dar apoio associativo às empresas, mas com um foco mais objetivo e por isso não abrangentes do país inteiro que complementam as anteriores. No Apêndice II, faz-se referência a estas associações com uma breve explicação da sua criação e missão.

### 1.3 Direito do Turismo

Neste ponto, será descrito o direito do turismo, através da compreensão daquilo que é o direito e a forma como atua no turismo. Importa referir também a influência da respetiva legislação no processo de registo nacional do turismo.

A palavra Direito detém um sentido polissémico intrínseco que permite definir, de acordo com Sousa & Galvão (1991), como um conjunto de normas reguladoras de comportamentos humanos numa determinada sociedade. Desta forma, revela-se como uma normativa que coopera na implantação de uma determinada ordem, à execução de um determinado modelo de organização numa sociedade, ou seja, como uma técnica de organização social (Díaz, 1984). Este autor ressalva que o direito se apoia nas ordens já instauradas, sustentadas num preexistente estado de coisas, num determinado sistema de interesses, numa determinada realidade ou determinada ordem socioeconómica.

A intervenção do mesmo passa por modificar essas ordens estipuladas em ordens legítimas, justas, normativas, tendo em conta que o direito se inspira na justiça do mundo. Após a revolução Francesa, mais concretamente no momento do aparecimento do Estado de Direito Liberal, marcou a ligação da Administração ao setor jurídico, em que o princípio da rutura dos poderes através das dimensões políticas, organizadoras e funcionais, obteve consagração universal. Este fenómeno garantiu a supremacia do poder legislativo sobre os outros poderes estaduais (Díaz, 1984).

Esta preponderância do poder legislativo estabeleceu essencialmente a elaboração da “Lei” como forma de manifestação da vontade do povo, expressada de forma global e abstrata. Foi após esta fase que, pela primeira vez, a Administração Pública ficou subordinada ao direito, mais especificamente ao Direito Administrativo (Patrício, 2012).

A consagração do princípio da legalidade resultou desta subordinação, através da qual procurou-se defender a segurança, a liberdade e a oportunidade dos cidadãos em se defenderem contra os ataques das autoridades administrativas consideradas potencialmente inimigas dos particulares. À Administração Pública apenas se solicitava que respeitasse as leis em vigor durante a sua atuação, diminuindo a sua atividade ao mínimo indispensável.

Para Roíg (2005), o objetivo de orientação dos comportamentos e de resolução ou gestão dos conflitos é suportada na função básica do sistema jurídico estando inserida no sistema social global, na integração social de comportamentos ou no exercício do controlo social, de apreensão.

Esta visão do Direito como forma de planeamento e controlo social, iniciou institucionalmente a abordagem ao fenómeno do Turismo. A partir da data em que o turismo constitui uma política pública, a interposição administrativa no setor turístico passa, da mesma forma a ser legalmente regulada, pelo que toda a intervenção quer de natureza prestativa, quer de natureza reguladora e de natureza fiscalizadora e sancionatória, obrigatoriamente têm que estar legalmente regulamentadas.

Conforme nota Badaró (2005) o turismo para além de conseguir ser enquadrado juridicamente, necessitou de ser amparado por leis que compreendessem as suas atividades e relações. Aparece então na Europa, em 1910, como direito de turismo, devido ao aumento exponencial da indústria, em consonância com a obrigatoriedade da criação de meios jurídicos que fizessem face a este boom, voltados exclusivamente ao turismo e que permanecessem à disposição para a solução de conflitos oriundos da área.

Posto isto, em Portugal, o aumento exponencial do fluxo turístico, quer motivado pela insegurança noutros países, quer pela descoberta de um país riquíssimo a nível histórico, cultural e paisagístico, conduziu à criação de normas jurídicas que auxiliassem na regulamentação deste setor. É possível perceber, de acordo com Badaró (2005), que o turismo sempre foi impedido de ser legislado e foi possível através do Direito. Neste sentido, verifica-se que o Direito do Turismo acompanhou ao longo do desenvolvimento da história do setor.

Todas as matérias intrinsecamente ligadas encontram-se reguladas em diplomas normativos, sejam eles diplomas legais, sejam eles diplomas regulamentares, como por exemplo licenciamento e classificação, investimentos, formação e ordenamento do território em matérias de interesse para o turismo. Perante estes fatores, os instrumentos de regulação jurídica do Turismo são as leis e os regulamentos administrativos, entendendo-se por regulamentos as normas jurídicas aprovadas pelos órgãos administrativos no desempenho da função administrativa.

Neste caso, têm de ser autorizadas pelos órgãos administrativos das entidades públicas centrais, regionais e locais com jurisdições no planeamento, desenvolvimento e concretização das políticas de turismo, nomeadamente.

Para Patrício (2012) a Administração Pública é integrada nos agentes públicos do turismo, sendo estas entidades públicas que prosseguem fins públicos de interesse para o turismo. No que respeita aos sujeitos públicos, tratam-se de agentes turísticos que desempenham um papel primordial na ordenação da iniciativa privada e na promoção dos destinos turísticos, bem como na proteção do utilizador turístico, mediante o exercício de uma atividade de fiscalização e de sanção.

Não esquecendo que desempenham, também, um relevante papel no âmbito de alguns serviços públicos com acuidade turística como por exemplo na informação turística, transportes urbanos, segurança e limpeza das cidades. Importa referir, portanto, que os membros do Governo responsáveis pela área do turismo são as Autoridades turísticas nacionais, as Entidades regionais de Turismo, as Direções regionais de economia, as Comissões de coordenação e desenvolvimento regional, o Instituto da conservação da natureza e das Florestas, as Regiões autónomas e as autarquias locais (Patrício, 2012).

Considerando-se, ainda, que intercedem no prosseguimento da Política Nacional de Turismo as entidades públicas centrais, regionais e locais que sejam responsáveis pela gestão e exploração de equipamentos e recursos turísticos mesmo não tendo atribuições especiais na área do turismo, como reforça o Artigo 17.º, n.º 1 e n.º 3, da Lei de Bases Políticas Públicas do Turismo (LBPPT). Por sua vez, o instrumento de regulação jurídica por sublimidade é a lei, dado que consiste numa declaração solene e direta da regulação jurídica através dos órgãos competentes sendo eles a Assembleia da República (Leis), Governo (Decretos-Leis) e Assembleias Legislativas Regionais dos Açores e da Madeira (Decretos Legislativos Regionais, em matéria de interesse específico para as regiões).

### 1.3.1 A Legislação Turística

Os primórdios da Legislação Portuguesa remontam a 1976, em que a aprovação da Constituição da República é comprovada pelo Decreto de aprovação da Constituição - Diário da República n.º 86 de 1976, Série I de 10 de abril. O fim do regime fascista, foi marcado pelo movimento das Forças Armadas, a 25 de Abril de 1974, coroando a longa resistência do povo português e interpretando os seus sentimentos profundos.

Este fenómeno contribuiu para uma viragem histórica da sociedade portuguesa pois libertar Portugal da ditadura, da opressão e do colonialismo representou uma transformação revolucionária. A Revolução restabeleceu aos Portugueses os direitos e liberdades fundamentais. Na prática destes direitos e liberdades, a constituição que corresponde às aspirações do País foi elaborada pelos legítimos representantes do povo. A afirmação da decisão do povo português por parte da assembleia Constituinte, consiste em defender a independência nacional, em garantir os direitos fundamentais dos cidadãos, e em estabelecer os princípios basilares da democracia.

Comporta também assegurar o primado do Estado de Direito democrático e de abrir caminho para uma sociedade socialista, tendo em vista a construção de um país mais livre, mais justo e mais fraterno.

O Decreto-Lei n.º 167/97 e o Decreto-Lei n.º 168/97, ambos de 4 de Julho, que estabeleceram, respetivamente, o novo regime jurídico da instalação e funcionamento dos empreendimentos turísticos e o novo regime jurídico da instalação e funcionamento dos estabelecimentos de restauração e de bebidas, prevêm que a Direção-Geral do Turismo, a requerimento dos interessados, possa declarar de interesse para o turismo os estabelecimentos, iniciativas, projetos e outras atividades de índole económica, cultural, ambiental e de animação.

Constituem um relevante apoio ao turismo ou motivo de atração turística das zonas onde se encontrem características do serviço prestado e das suas instalações através da sua localização. Por seu turno, o Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de julho, vem igualmente remeter para as condições de declaração de interesse para o turismo das atividades de animação ou diversão no espaço rural, uma vez que define a tipologia de estabelecimentos. Define também a caracterização dos projetos ou atividades que podem vir a merecer a aludida declaração de interesse para o turismo, classificando os requisitos necessários que o procedimento jurídico-administrativo deve seguir.

Por sua vez, o Decreto Regulamentar n.º 22/98 de 21 de setembro, regulamentou-se a declaração de interesse para o turismo, que visa reconhecer a importância de certas iniciativas de carácter turístico, que, servindo para a valorização do património histórico, ambiental, gastronómico e cultural e para o desenvolvimento das regiões onde se inserem, contribuem, simultaneamente, para a diversificação e melhoria da oferta turística nacional. Através deste Decreto-Lei, foi possível também o estabelecimento de regras relativas às condições de acesso e exercício da atividade de animação turística.

Objetiva por isso uma perspectiva de defesa dos interesses dos turistas que utilizam os serviços prestados por empresas desse subsector da atividade turística, nomeadamente na prestação das garantias necessárias à salvaguarda dos direitos do consumidor. Com este diploma, pretendeu-se definir a tipologia de estabelecimentos, bem como caracterizar genericamente as iniciativas, projetos ou atividades que podem vir a merecer a referida declaração de interesse para o turismo, estipulando-se os requisitos que os mesmos devem reunir e o procedimento jurídico-administrativo a seguir.

O Primeiro Decreto-Lei que faz alusão à legislação turística foi o Decreto-Lei 204-2000 de 1 de setembro, afirmando que, em 1997, a legislação turística foi objeto de profundas alterações, desencadeando um processo de reestruturação do quadro legislativo do setor, com o empenho e colaboração de entidades públicas e privadas, atendendo, designadamente, aos princípios da descentralização de competências, simplificação técnica e desburocratização administrativa.

O segundo Decreto-Lei é denominado de n.º 108/ 2002 de 16 de abril em que relata o decreto anterior, regulando o acesso e o exercício da atividade das empresas de Animação Turística. Prevê no seu artigo 4º que apenas podem exercer a atividade de Animação Turística as empresas licenciadas para o efeito no termo previsto naquele diploma não calculando entre as exceções consideradas o exercício de atividade dos operadores Marítimo-Turísticos, dos quais são objeto de um licenciamento próprio.

Desse modo, pretendeu-se com o diploma, isentar os operadores Marítimo-Turísticos da necessidade de um duplo licenciamento, tal como decorre dos dispostos no n.º 1 do artigo 5 do Decreto-Lei n.º 21/2002, de 31 de janeiro. Contempla-se ainda neste Decreto-Lei, que o anterior prevê ainda no seu artigo 18.º que para garantia da responsabilidade perante os clientes emergente das atividades por estas desenvolvidas, deve ser prestado a um seguro de responsabilidade civil, estabelecendo os artigos 20 e 21 do mesmo diploma, respetivamente, o montante desse seguro e o seu âmbito de cobertura.

Perante este cenário, o terceiro Decreto-Lei intitulado de n.º 108/ 2009, de 15 de maio, afirma que o Decreto-Lei 204/2000, de 1 de setembro estabeleceu pela primeira vez o enquadramento legal das atividades de Animação Turística. Com quase uma década de existência, encontra-se desajustado. Tendo em conta o desenvolvimento do setor e o crescente interesse pelas atividades comumente designadas por turismo de aventura e por aquelas que corporizam o novo conceito de “oferta de experiências “.

Reconhecendo a importância estratégica da atividade na Animação Turística, tendo por base as preocupações de simplificação que tem caracterizado a atividade do XVII Governo Constitucional, considerou-se essencial a revisão do regime jurídico da animação turística. Este, em conjunto com o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, que estabeleceu o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, redefine o conceito de turismo de natureza e contribui para a dinamização do programa nacional do turismo da natureza, prevista no programa do governo.

Acompanha-se, ainda a legislação comunitária relativa ao setor dos serviços no que respeita à criação de “balcões únicos”, e à simplificação e desmaterialização de procedimentos. Neste sentido estabelece-se um regime simplificado de acesso à atividade através de um balcão único- o Turismo de Portugal, I.P. – mediante pagamento de uma taxa única, que isenta os agentes de outros procedimentos e despesas de licenciamento para o exercício das suas atividades próprias. Para efeitos do pressuposto, congrega-se num único diploma o regime de acesso á atividade, independentemente da atividade de animação turística exercida, e cria-se o Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT) para as empresas de Animação Turística e Operadores Marítimo-Turísticos. É organizado pelo Turismo de Portugal, sendo esta entidade aquela que contém uma relação atualizada dos agentes a operar no mercado, permitindo uma melhor monitorização e acompanhamento da evolução do setor e uma melhor fiscalização por parte das entidades públicas.

Contudo, com a transposição da Diretiva n.º 123 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, pelo Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho, revela-se necessário proceder a alguns ajustamentos destinados a adequar o regime à legislação nacional aplicável a todo o setor dos serviços, pelo que se impõe a alteração do Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, no que se refere à simplificação de procedimentos e à eliminação da burocracia e dos obstáculos no acesso à atividade.

Por consequente, o Decreto-Lei prevê que o acesso à atividade proceda por mera comunicação prévia ou por comunicação prévia com prazo quando seja requerido o reconhecimento de atividades de turismo de natureza, a realizar através de formulário eletrónico disponível no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística, acessível através do balcão único eletrónico de serviços, a que se refere o artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho, e do sítio na Internet do Turismo de Portugal.

O quarto Decreto-Lei é designado por Decreto-Lei n.º 95/2013 de 19 de julho, e relata que o Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, foi precursor de um regime simplificado de acesso e de exercício da atividade das Empresas de Animação Turística e dos operadores Marítimo-Turísticos ao estabelecer, designadamente, a desmaterialização do procedimento de registo, a criação de um balcão único no Turismo de Portugal (I. P), o deferimento tácito do pedido de acesso à atividade e a transferência para os organismos públicos do ónus da comunicação de dados. Pretendeu-se também eliminar a exigência de forma jurídica específica e a obrigação de existência de um capital social mínimo para aquele tipo de empresas.

O antepenúltimo Decreto-Lei da sequência verificada denomina-se de Decreto-Lei n.º 186/2015 de 3 de setembro afirmando que o programa Nacional de Turismo de Natureza, originalmente criado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/98, de 25 de agosto, esteve em processo de revisão. Pretendeu-se assim assegurar o seu alargamento a todo o território nacional e a redefinição do seu âmbito, dos seus objetivos e das ações a desenvolver, bem como a promoção do reconhecimento da marca nacional Natural. No que respeita ao reconhecimento como turismo de natureza, o Decreto-Lei procede à revisão das regras gerais acerca do reconhecimento dos empreendimentos turísticos e das atividades das empresas de Animação Turística, que constam, respetivamente, do Decreto –Lei n.º 39/2008, de 7 de março.

O Decreto-Lei procede:

a) À quarta alteração e 128/2014, de 29 de agosto, que estabelece o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos;

b) À segunda alteração ao Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho, que estabelece as condições de acesso e de exercício da atividade das empresas de Animação Turística e dos operadores Marítimo - Turísticos.

O penúltimo Decreto-Lei remete para o Decreto-Lei n.º 80/2017 - Diário da República n.º 125/2017, Série I de 30 de Junho, a par da medida Simplex + (designada por Licenciamentos Turísticos+ Simples) elaborou-se medidas para suprimir dificuldades registadas no processo de instalação dos empreendimentos turísticos, seja através da simplificação de procedimentos, seja através da criação de mecanismos de articulação entre as várias entidades com competências no processo destinados a agilizar os processos de decisão.

O último Decreto-Lei corresponde ao Decreto-Lei n.º 9/2021, Série I de 29 de janeiro e contempla a integração da medida Informação Contraordenacional + Simples no Programa Simplex+2017, da qual foi disponibilizado no Balcão do Empreendedor, acessível no Portal ePortugal, um conjunto de informações relativas às infrações de natureza económica e respetivas coimas, com indicação dos limites mínimos e máximos das mesmas por temas. Refere também as condições gerais para o exercício de atividades económicas e específicas, as regras aplicáveis à indústria, aos licenciamentos e à segurança de instalações, à liberdade de prestação de serviços, ao comércio e à restauração, ao turismo e às diversas formas de alojamento.

Menciona ainda as regras de fabrico e comercialização de produtos alimentares e de produtos não alimentares. É aprovado também o Regime Jurídico das Contraordenações Económicas.

O Decreto-Lei procede à sexta alteração ao Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, alterado pelos Decretos-Leis n.º 228/2009, de 14 de setembro, 15/2014, de 23 de janeiro, 128/2014, de 29 de agosto, 186/2015, de 3 de setembro, e 80/2017, de 30 de junho. Após esta análise histórica dos artigos, pode-se afirmar que o regime jurídico de acesso e exercício da atividade das Empresas de Animação Turística, incluindo os operadores Marítimo-Turísticos, encontra-se regulamentado pelo Decreto-Lei n.º 9/2021 - Diário da República n.º 20/2021, Série I de 29 de janeiro.

Alterado pelo Decreto-Lei n.º 80/2017 - Diário da República n.º 125/2017, Série I de 30 de junho e modificado pelo Decreto-Lei n.º 186/2015 - Diário da República n.º 172/2015, Série I de 3 de setembro. Na sua origem foi ainda alterado pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, modificado pelo Decreto –Lei n.º 39/2008, de 7 de março seguidamente do Decreto-Lei n.º 108/ 2002 de 16 de abril e pelo Decreto-Lei n.º 21/2002, de 31 de janeiro.

### 1.3.2 Registo Nacional do Turismo- RNAAT

Como elucida o Turismo de Portugal (2022c) o Portal do Registo Nacional de Turismo (RNT) integra o Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT) e por sua vez é administrado pelo Turismo de Portugal. Este portal tem por objetivo a centralização e divulgação da informação respeitante aos empreendimentos e empresas do turismo em operação no País. Deste modo, reúne informação obrigatória preenchida e atualizada pelas entidades exploradoras dos empreendimentos e empresas do turismo, agentes de animação turística e agências de viagens e turismo.

Ou seja, é permitido consultar 4 áreas distintas da atividade como o Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos (RNET), Registo Nacional de Agências de Viagens e Turismo (RNAVT), Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT) e Registo Nacional do Alojamento Local (RNAL).

Para o Turismo de Portugal (2022d), independentemente de ser considerada empresa ,pessoa singular ou coletiva, a inscrição no RNAAT é obrigatória para o início da atividade e consiste numa mera comunicação prévia, permitindo o seu exercício imediatamente após a sua comunicação à autoridade administrativa.

Através de formulário próprio, a inscrição é realizada online, no Turismo de Portugal, necessitando de registo prévio na plataforma. O preenchimento, e a respetiva submissão do formulário, implica a anexação dos seguintes elementos, em formato digital:

- Extrato em forma simples do teor das inscrições em vigor no registo comercial ou código de acesso à respetiva certidão permanente, ou, no caso de se tratar de pessoa singular, cópia simples da declaração de início de atividade;
- Cópia dos documentos de identificação dos titulares e/ou equipa de gestão;
- Indicação do nome adotado para a empresa de Animação Turística/operador Marítimo Turístico e das marcas que pretenda utilizar, caso pretenda usar marca;

Caso já exista registo de marca, deverá ser introduzido o número de registo da respetiva marca obtido no Instituto Nacional de Propriedade industrial (INPI), ou entidade similar europeia. No caso deste ato ser realizado posteriormente, o RNAAT deve ser atualizado com essa informação. Para finalizar o processo, é necessário ainda:

- Certificado de microempresa (caso seja uma microempresa terá que se encontrar certificada pelo Instituto de Apoio às Pequenas, Médias Empresas e à Inovação- IAPMEI- Certificação de PME);
- Cópia das condições particulares das apólices de seguro obrigatórias e recibos comprovativos do pagamento dos respetivos seguros:
- Acidentes pessoais e Responsabilidade civil;
- Assistência a pessoas, para os destinatários dos serviços que viagem do território nacional para o estrangeiro, quando aplicável;

#### 1.4 O impacto da COVID-19

Neste tópico, acompanhada de uma breve descrição daquilo que é a SARS-COV-2, será discutido o impacto negativo ou positivo da COVID-19 na área do turismo e nas empresas de Animação Turística. Objetiva-se também, através de visões globais partilhadas por responsáveis de empresas de Animação Turística em Portugal, perceber como estas sentiram o impacto e quais as formas de adaptação e apoios por parte do Estado.

##### 1.4.1 No turismo

Desde as eras antigas que a humanidade conheceu muitas crises de saúde como as pragas e epidemias. Como pragas exemplifica-se a praga ateniense de 430 a.C., originária na Grécia, a praga Antonina de 165-180 d.C. que apareceu no império romano, a peste negra de 1334 d.C. (China, Europa) e a praga de Justiniano de 1550 d.C. que apareceu na Etiópia e se espalhou para o Egito e estepes da Ásia Central (Huremović, 2019).

Apesar da melhoria das condições de vida em comparação com as eras antigas, surgem no século XX outras crises de saúde como é o caso das epidemias (Menegaki, 2020), podendo ser resumidas da seguinte forma: a gripe espanhola (1918-1920), a malária (1969-1975-1988), a febre amarela (1971-1999-2000-2010), a SARS (2003), a gripe aviária- H5N1 (1996-2017) a gripe suína- H1N1 (2009), Ébola (2014), MERS-COV (2015), Zika vírus (2014-2016) e COVID-19 (2019). Contudo, para entender melhor a origem da Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS), Polyzos et al.,(2021) referem que é importante relatar que os primórdios da SARS verificaram-se em 2003 na China, mais concretamente na província de Guangdong, em que esta doença respiratória se espalhou pela América do Norte e pela Europa.

Com a maioria dos casos na China e em Hong Kong, este surto foi definido pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como uma epidemia. Quase 17 anos depois, com características semelhantes à SARS, surge um vírus altamente transmissível, denominado como Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2 (Sars-Cov-2), ou também designada por novo coronavírus 2019 (Polyzos et al., 2020).

Os autores Prideaux et al.,(2020) afirmam que a COVID-19 se propagou através de viagens aéreas, terrestres e marítimas, utilizadas pela indústria do turismo.

Esta disseminação resultou numa suspensão em grande escala dos fluxos de turismo doméstico e internacional e, naturalmente, acarretou uma crise sem similar para a indústria do turismo global. Como consequência, seria desproporcionalmente impactado por ações destinadas a mitigar a pandemia, devido à facilidade que um indivíduo tem de ser portador da COVID-19 e embarcar num avião despercebidamente, assim como passar desacompanhado pelas autoridades de saúde e de imigração, infetando involuntariamente várias pessoas, tanto no país de origem como no país de destino (Farzanegan et al.; 2021).

No seu início, com a ausência da vacina e com as intervenções médicas disponíveis limitadas para prevenir o novo coronavírus, a maioria dos países respondeu com várias formas de intervenções não farmacêuticas (Gössling, Scott & Hall , 2020). Desta forma, (Polyzos et al., 2020) afirmam que a queda da economia global e da indústria do turismo foi notório com a imediata proibição das viagens na China, ou seja, muitos países restringiram os turistas que vinham de áreas afetadas, provocando o encerramento temporário de destinos específicos e o adiamento ou cancelamento de grandes eventos. Neste sentido, segundo Mao et al. (2021) de repente o turismo na China caiu num estado caótico, com pontos turísticos e hotéis fechados e com voos interrompidos. Este surto forçou muitas empresas a encerrarem, levando à interrupção sem precedentes do comércio na maioria dos setores da indústria (Donthu & Gustafsson, 2020).

Como explicam os autores Araujo et al.; (2020), a consequência da rápida propagação da pandemia e dos estragos causados noutras partes do mundo, obrigou os governos a adotar no imediato medidas de contenção, com o desígnio de controlar a disseminação e evitar o colapso do sistema de saúde devido a um eventual aumento do número de infetados.

Em Portugal, face à emergência pública de âmbito internacional declarada pela OMS a 30 de janeiro de 2020, assim como a classificação de pandemia a 11 de março de 2020, acautelou-se normas para assegurar o tratamento da doença COVID-19 pelo SNS.

Cria-se para o efeito o Decreto-Lei n.º 10-A/ 2020 de 13 de março, que garantiu às entidades prestadoras de cuidados de saúde do SNS, a aquisição rápida de equipamentos, bens e serviços necessários para responder ao tratamento de sintomas e complicações associados à COVID-19. Objetivou também a adoção de medidas consideradas urgentes e indispensáveis no que respeita à gestão de recursos humanos.

Devido à evolução repentina em todo o mundo e em particular, em Portugal, recomendaram-se restrições nos direitos de circulação e às liberdades económicas, tendo em consideração o crescente número de novos casos de infetados. Esta razão foi fortemente impulsionadora na declaração do estado de emergência por parte do Presidente da República. Surge então o Decreto do Presidente da República n.º 14-A/2020 de 18 de março que declara precisamente o estado de emergência, com fundamento na verificação de uma situação de calamidade pública. Este estado teve a durabilidade de 15 dias e mediante a evolução da pandemia e do número de infetados, é decidido se é renovado ou não.

Como enfatizam os autores Donthu & Gustafsson (2020) os países fecharam as fronteiras, através da limitação do movimento dos cidadãos e de um confinamento em quarentena durante semanas, dentro das próprias casas, ou seja, isolamento domiciliar ou quarentena voluntária ou obrigatória. As medidas preventivas à COVID-19 incluíram proibições de viagens, restrições ao cruzamento de fronteiras, distanciamento físico/social, encerramento de escolas, universidades, empresas e locais de trabalho não essenciais, e cancelamento ou adiamento de eventos como grandes conferências e feiras, concertos e festivais, debates políticos e eleições ou eventos desportivos (Cave & Dredge, 2020).

Este panorama criou uma instabilidade para a vida social, económica e política, mas também para a tranquilidade ecológica do planeta. Os museus, os hotéis e os restaurantes encerraram, as praias e as pistas de ski encontravam-se vazias e os eventos de todas as dimensões foram adiados ou cancelados. Este cenário mostrou que os efeitos económicos, especialmente nas localidades ou nos países que dependem fortemente das chegadas do turismo, foram catastróficos (Ioannides & Gyimóthy, 2020).

Nesta altura, a disseminação da COVID-19, as proibições de viagens e os movimentos associados infiltraram-se em quase todos os aspetos da vida diária, ameaçando paralisar a indústria do turismo e da hotelaria, como por exemplo, na paralisação dos serviços de acomodação e encerramento de restaurantes (Wen et al., 2020).

As restrições de viagens internacionais, regionais e locais, afetaram imediatamente as economias nacionais, incluindo os sistemas de turismo, ou seja, as viagens internacionais, o turismo doméstico, as visitas diárias e outros segmentos como o transporte aéreo, os cruzeiros, o transporte público, o alojamento, a restauração, as convenções, os festivais, as reuniões ou eventos desportivos (Gössling et al., 2020).

Reforçando ainda mais estas medidas, surge o Decreto-Lei n.º 17/2020 de 23 de abril que, para além destas medidas excecionais, foram ainda adotadas medidas como o cancelamento das viagens organizadas. Como refere os artigos n.º 4 e 5 deste Decreto-Lei, possibilitou aqueles que não utilizaram as viagens ou reservas de serviço de alojamento local/empreendimentos turísticos, assim como nas agências de viagem e nos operadores de animação turística, o não reembolso de quantias pagas. Por outras palavras, os valores foram estipulados através de um crédito de valor não utilizado apenas temporariamente.

Quando a pandemia sofreu alguma atenuação na sua disseminação, foram elaboradas políticas para a recuperação do turismo de forma a orientar a operação dos empreendimentos turísticos e controlar a disseminação da COVID-19 (Shao et al., 2021). Como refere o Decreto-Lei n.º 62-A/2020 de 3 de setembro, o isolamento profilático até 14 dias por parte dos trabalhadores por conta de outrem ou independentes, incluídos no regime geral de segurança social, beneficiaram da atribuição de um subsídio de doença que abrange 100% da renumeração com um máximo de 28 dias.

A par desta Lei, surge o Decreto-Lei n.º 62-A/2020 de 27 de outubro, determinando que o uso de máscara se torna obrigatório para permanecer ou aceder aos espaços e vias públicas.

Os autores Wen et.al., (2020) reforçam que o COVID-19 demonstrou exercer efeitos paralisantes sobre a economia, incluindo as viagens e o turismo. De acordo com Desbiolles (2020) a COVID-19 teve o potencial de transformar a indústria do turismo, assim como, o contexto em que opera. Desta forma, esta pandemia resultou em impactos negativos, não só na economia, mas também, na saúde física e mental da população, uma vez que, a angústia provocada pelo vírus e a falta de interação social causaram uma grande pressão emocional na sociedade (Mao et al., 2021).

Os setores do turismo, hotelaria e eventos foram prejudicados pelos esforços do governo para reduzir e controlar a pandemia (Desbiolles, 2020), dado que, com o fluxo de turistas interrompido, uma parte dos negócios voltados para os serviços de turismo reduziu acentuadamente o número de clientes (Lapointe, 2020).

Neste sentido, Niewiadomski (2020) afirma que o encerramento de hotéis, de restaurantes, de centros de entretenimento e de várias atrações turísticas, paralisou toda a indústria do turismo e das viagens. Assim, considerou-se o contexto internacional incerto, em constante mudança devido ao facto do novo cenário de aprendizagem para a indústria global do turismo (Castello, 2020).

Face à realidade vivida, as estimativas e previsões iniciais foram obsoletas, tendo em conta que a Organização Mundial do Turismo (OMT) considerou que esta crise teve um custo social tão importante que posiciona o turismo como o setor mais afetado. (Castello, 2020) afirma que:

“do ponto de vista dos turistas e das formas como estes realizaram as suas viagens, algumas das mudanças que se pode ver incluíram navios de cruzeiro e reservas de hotel mais pequenos, assegurando uma menor multidão; serviços de refeições à la carte ou buffet restrito para evitar contaminação alimentar; (...) são aspetos que geraram reclamações na utilização de quando a crise eclodiu” (Castello, 2020, p. 118).

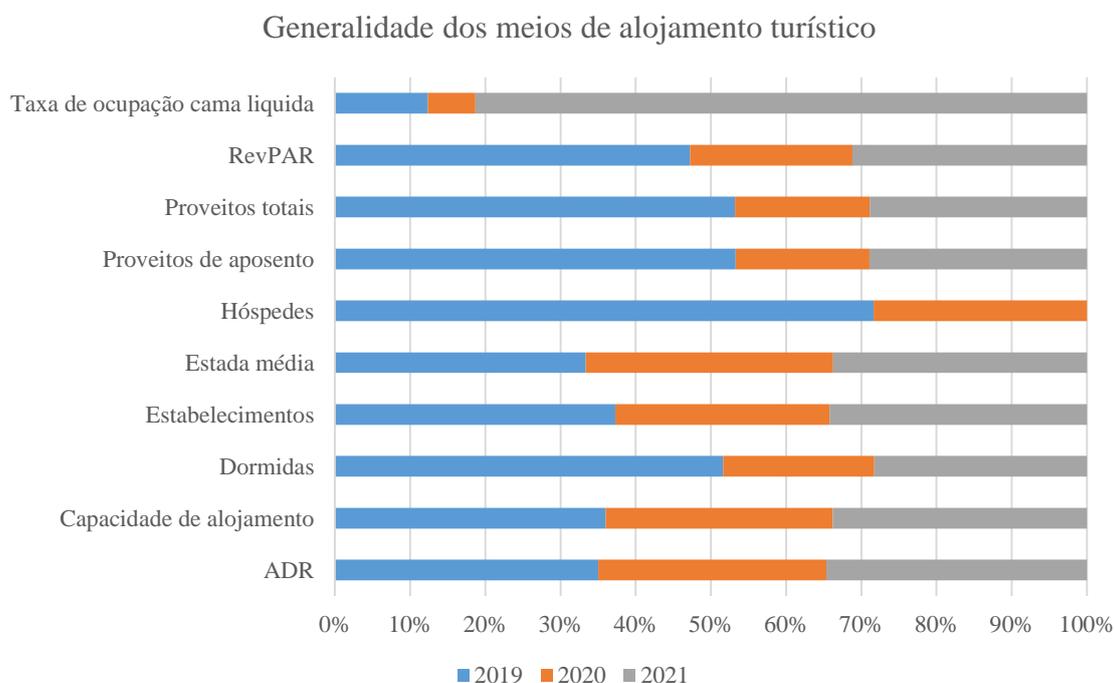
De facto, a COVID-19 suspendeu a indústria do turismo mundial em 2020 e 2021 (Mao et al., 2021) sendo possível acrescentar que esta pandemia interrompeu a mobilidade global numa escala sem precedentes, fazendo com que os mecanismos do turismo fossem severamente perturbados (Ioannides & Gyimóthy, 2020). O mundo parou e o mesmo aconteceu com o turismo pois integra um setor que não gera apenas 10% do PIB global, mas por um em cada dez empregos no planeta e um em cada quatro novos empregos criados globalmente nos últimos cinco anos (WTTC, 2020). A criação de riqueza e emprego em Portugal constitui para o setor do turismo uma atividade económica elementar, uma vez que nos últimos 9 anos o país registou uma taxa de crescimento médio anual de 7,2% nas dormidas.

Em 2020, registou-se na generalidade dos meios de alojamento turístico (Gráfico 1) através dos indicadores Estabelecimentos de alojamento, Capacidade de alojamento, Hóspedes, Dormidas, Estada média, Taxa de ocupação cama líquida, Proveitos totais, Proveitos de aposento, RevPAR e ADR (Average Damage per Round), 12,0 milhões de hóspedes, que proporcionaram 78 milhões de dormidas.

Face a 2019, registaram-se diminuições de 178 271 no número de hóspedes e 47 538,9 nas dormidas. Já no ano de 2021, sentiu-se uma melhoria comparativamente a 2020, com 16,0 milhões de hóspedes e 43 milhões de dormidas.

O número de estabelecimentos em funcionamento e com movimento de hóspedes aumentou 20,2% (-8,2% face a 2019, com 7 155 estabelecimentos em atividade). No que respeita à estada média, verifica-se uma estabilidade no número médio de 3 noites em alojamento turístico (Gráfico 1).

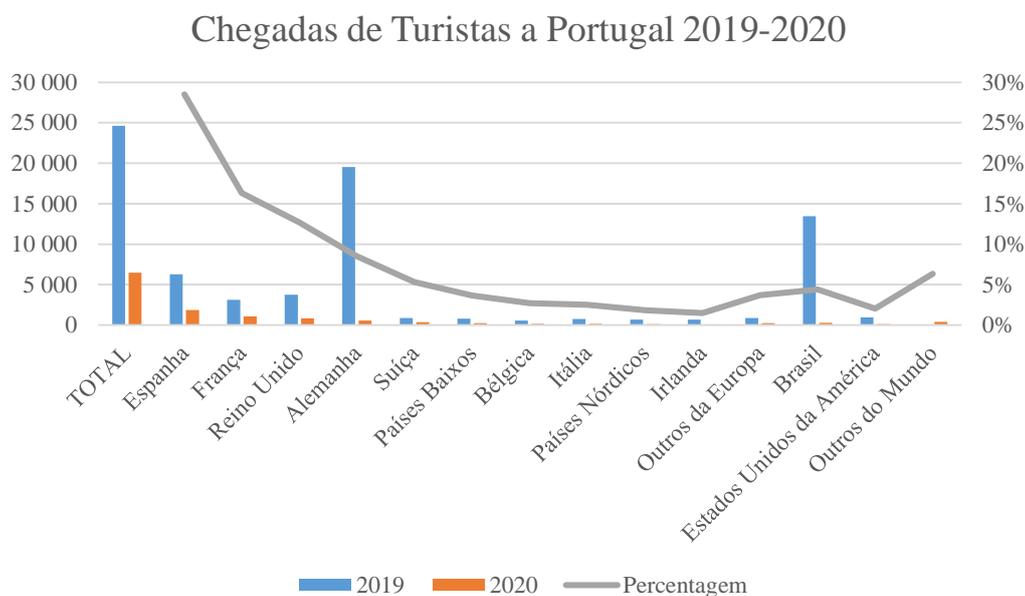
Gráfico 1- Generalidade dos meios de alojamento turístico- 2019, 2020 e 2021



Fonte: INE- Elaboração própria

De acordo com o (INE, 2021) estimou-se que em 2020 o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes tenha atingido 6,5 milhões, correspondendo a uma diminuição de 73,7% face a 2019 (crescimento de 7,9% em 2019). Espanha manteve-se como o principal mercado emissor de turistas internacionais (quota de 28,5%), tendo registado um decréscimo de 70,5% em 2020. O mercado francês (16,3% do total) foi o segundo principal mercado emissor, tendo registado uma diminuição de 66,0% (Gráfico 2).

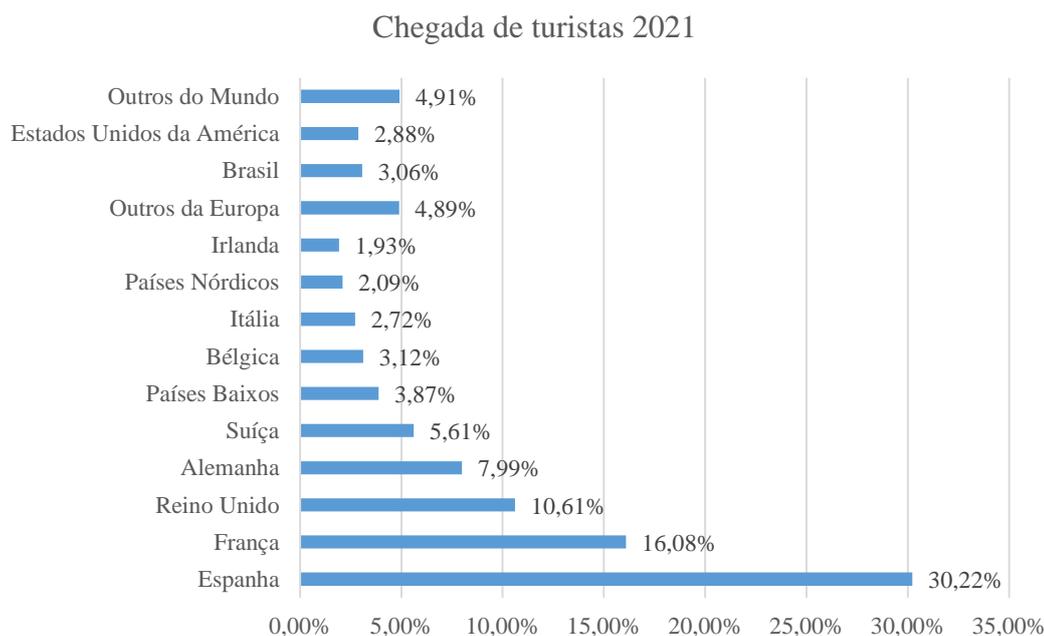
Gráfico 2- Chegadas de Turistas a Portugal 2019-2020



Fonte: INE- Elaboração própria

Os turistas do Reino Unido (quota de 12,7%) diminuiram 78,3% em 2020, enquanto o mercado alemão (8,5%) diminuiu 71,7%. No ano de 2021, a Espanha manteve-se como o principal mercado emissor (30,2%), tendo registado um acréscimo de 57,3%. O mercado francês (16,08% do total) continuou em segundo lugar, aumentando 46,2%. No número de turistas do Reino Unido (10,6%) verificou-se também uma variação positiva de 24,0% em 2021, enquanto o mercado alemão (8,0%) cresceu 39,1%.

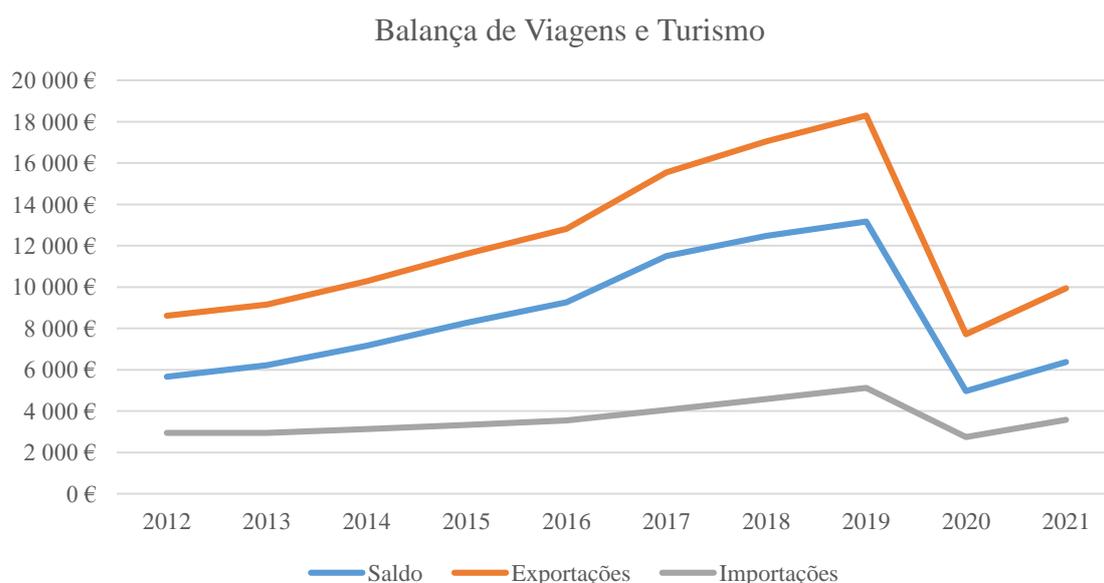
Gráfico 3- Chegadas de Turistas a Portugal 2021



Fonte: INE- Elaboração própria

A balança de viagens e turismo de uma determinada economia inclui principalmente os serviços e bens adquiridos a essa mesma economia por parte de viajantes numa visita inferior a um ano. Assim, o Gráfico 4 permite avaliar através dos indicadores exportações, saldo e importações, os resultados financeiros desde 2012 até 2021. Dos resultados obtidos, observa-se numa primeira análise que existiu uma quebra acentuada no ano de 2020 em relação a 2019 resultante da situação pandémica, o que significa -10 574,57€ nas exportações, -8 193,77€ no saldo e -2380,8€ nas importações. De referir que de todos estes indicadores, o saldo foi o que obteve menos impacto e as exportações com maior decréscimo. Já no ano de 2021, surge um aumento visível em todas as variáveis, mas ainda com resultados um pouco afastados daquilo que eram anos anteriores. O pico das exportações, saldo e importações deu-se em 2019, com resultados de 18 291,0 €, 13 166,98 € e 5 124,02€ respetivamente (Gráfico 4).

Gráfico 4- Balança de Viagens e Turismo



Fonte: Pordata- Elaboração própria

O Gráfico 5 pretendeu analisar a taxa de variação anual do volume de negócios nas empresas e no setor do turismo no intervalo de tempo entre 2012 e 2021, permitindo assim verificar a trajetória ao longo dos 9 anos destas duas variantes. Apesar do ano 2012 ter resultados negativos para as duas variantes (-6,25 e -4,69 respetivamente), é possível concluir que houve um aumento gradual das empresas no setor do turismo entre 2014 e 2015, com representatividade de 6,11% e de 6,89%.

Os anos seguintes obtiveram um aumento de empresas do turismo, sendo que o ano com maior variação incide em 2017, com representatividade de 16,59%.

Os anos seguintes de 2018 e 2019 sofreram uma queda no volume de negócios do setor, com especial enfoque no ano de 2020 pois decresceu cerca de 47,72 % em relação ao ano anterior. Este cenário é justificado pela pandemia, levando ao resultado de números negativos, quer para o total das empresas, quer no setor do turismo (Gráfico 5).

No total das empresas, também se sentiu um impacto negativo de 9, 23% em relação a 2020, apesar de este não ter sido tão acentuado como no setor do turismo. Para o ano de 2021, os resultados da variação anual foram de certa forma bastante positivos, o que significa que no setor do turismo houve um aumento de 26,51%, comparativamente com o ano transato e na generalidade das empresas, um acréscimo de 15, 21% (Gráfico 5).

Gráfico 5- Taxa de variação anual do volume de negócios do setor



Fonte: Elaboração própria/ Banco de Portugal

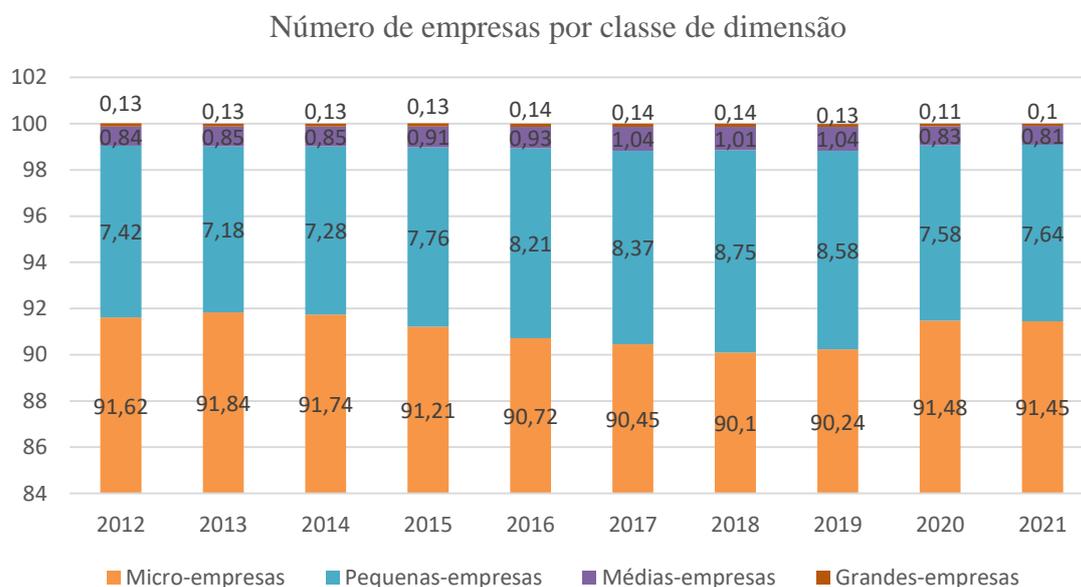
Esta variação anual complementa a análise seguinte (Gráfico 6) pois sucede-se uma análise ao número de empresas por classe de dimensão, ou seja, micro, pequenas, médias e grandes empresas no setor do turismo. O critério temporal mantém-se entre 2012 e 2021, sendo que em todos os anos, existe uma grande percentagem atribuída às microempresas, sucedidas pelas pequenas empresas.

Portanto, isto significa que maior parte das empresas no setor do turismo são construídas em contexto familiar, com apenas 1 ou 2 colaboradores. A percentagem para as microempresas esteve sempre acima dos 90%, e as pequenas empresas entre 7 a 9%. Apesar destas duas classes serem as mais representativas, destaca-se também as médias empresas com representatividade anual de 1 % e as grandes empresas com 0%.

De referir que apesar das microempresas deterem sempre percentagem acima dos 90%, foi possível verificar uma ligeira diminuição a partir de 2015. No ano de 2014 a percentagem rondava os 92 %, mas em 2015 constatava-se que diminuiu 1% em relação ao ano transato (91 %).

Em 2017, 2018 e 2019, a percentagem manteve-se nos 90% em todos estes anos, aumentando ligeiramente para 91% em 2020 e 2021. No que respeita às grandes empresas, não se verificou números de empresas, mantendo por isso ao longo deste período de tempo 0%.

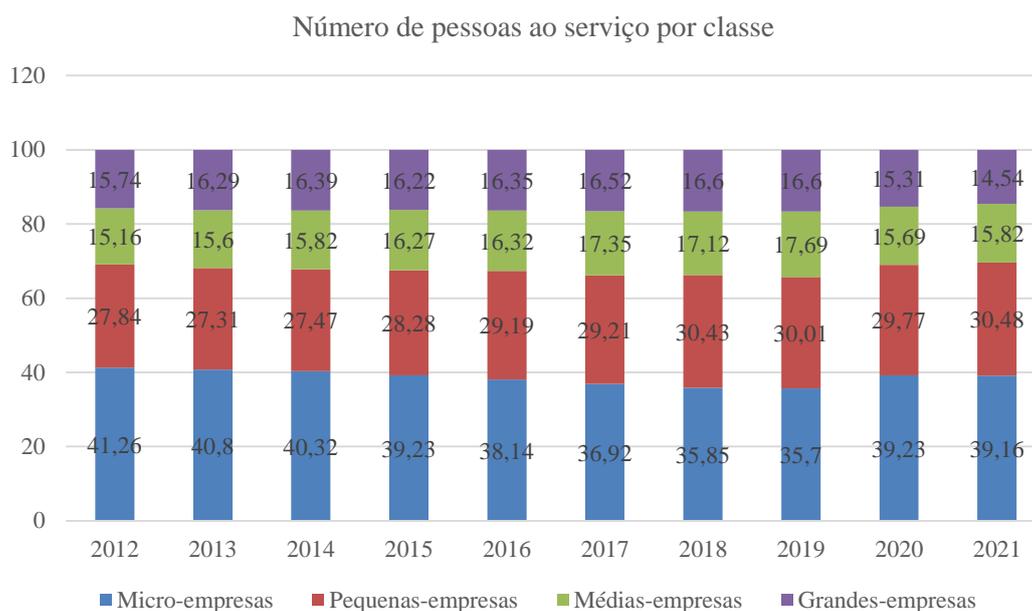
Gráfico 6- Número de empresas por classe de dimensão



Fonte: Elaboração própria/ Banco de Portugal

Importa de igual forma perceber o número de pessoas ao serviço considerando cada classe (microempresas, pequenas empresas, médias empresas e grandes empresas). Assim, a nível das microempresas verifica-se um gradual decréscimo do número de pessoas ao serviço desde 2012 até 2019. Ou seja, em 2012 os valores rondavam os 41,26% e em 2019 de 35,7%. Contudo, o ano de 2020 foi positivo comparativamente a 2019, representado por isso valores de 39,23%.

Gráfico 7- Número de pessoas ao serviço por Classe



Fonte: Elaboração própria/ Banco de Portugal

#### 1.4.2 Nas empresas de Animação Turística

Para a área do turismo contribuem múltiplas atividades e agentes de diversos setores, dos transportes e comunicações, à hotelaria e restauração, dos serviços de viagens à cultura e à animação cultural. Assim, a suspensão ou encerramento de operações onde provavelmente nunca irão reabrir, é influenciada pela dependência direta ou indireta do fluxo turístico nos milhares de localidades em todo o mundo e empresas de todos os tamanhos (Ioannides & Gyimóthy, 2020).

Desta forma, assumindo a incontestável importância da atividade turística e cultural para Portugal, e reconhecendo a existência de crises anteriores similares e com padrões idênticos à doença infecciosa COVID -19, urge refletir sobre o passado e presente, para poder desenvolver e contribuir com um conjunto de hipóteses que reúnam condições para colaborar com diferentes agendas nacionais (Soares et al., 2020).

Qualquer organização beneficia de ter num plano de contingência, ou seja, uma gestão de riscos sendo talvez essa a maior aprendizagem que se irá subtrair desta situação. Contudo não há exemplos de crises como a que se atravessou e ainda atravessa.

Apesar da similaridade, a gripe pneumónica (1918) não ocorreu num contexto de globalização como o que se viveu na atualidade, nada foi preparado nem nada fazia prever, uma situação em que toda a economia parasse de um dia para o outro (Soares et al., 2020). É também este o sentido da Organização Mundial do Turismo ao afirmar:

“a necessidade de um apoio urgente e vigoroso ao setor em termos globais, para que este recupere do impacto profundamente negativo em que o está a lançar a pandemia de Covid-19, mas também o desejo que este regresse a um crescimento melhor”(Soares et al., 2020, p. 27).

É um facto que, tal como a OMT refere, o Turismo tem a capacidade para contribuir direta e indiretamente para a criação de emprego e recuperação económica. As crises anteriores permitiram-nos perceber a capacidade de reação de um setor que tem enormes efeitos multiplicadores na economia.

Os impactos na saúde, sociais e económicos foram profundos e nesse momento pouco claros (Soares et al., 2020). O que já foi claro é que o setor das Viagens e Turismo (T&T) foi um dos mais afetados. A Organização Mundial de Saúde (OMS) classificou inicialmente a epidemia como uma "emergência sanitária de interesse internacional, mas foi necessário reconhecer que o Mundo estava a lidar com uma pandemia.

O Jornal *Publituris* lançou na sua página, um artigo em que alberga diversas opiniões de várias empresas de Animação Turística (AT). Assim, Neto (2021) considera que as empresas de Animação Turística são muitas vezes colocadas em segundo plano devido ao facto de considerarmos que estas empresas não têm o peso turístico nas diversas áreas que compõem o sistema turístico. Porém, estas são as principais responsáveis por gerar conteúdo num destino e enriquecer a experiência de um visitante ou turista, ainda que as empresas de AT, mesmo tendo caminhado no ano de 2021 pautado de incertezas e pelas consequências daí resultantes, fizeram os possíveis para se manterem e prevalecerem no mercado, de forma a continuarem a sua contribuição para a criação de conteúdos num destino (Neto, 2021).

Para António Marques Vidal, presidente da *Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos* (APECATE), o momento de 2021 impôs a “necessidade urgente de trabalhar a construção de produtos de destino, dando dimensão, criando sinergias e potenciando os destinos”. É neste âmbito que este autor defende que as empresas do setor do turismo e as entidades tiveram “de se coordenar para criar uma comunicação eficaz e capaz de revelar o potencial de cada destino”.

Para isso foi “importante que as empresas se associassem em torno de projetos e associações” (Vidal, 2021).

É também por uma comunicação eficaz por parte do Governo português que Rui Martins, administrador da empresa *PeddyMais*, apelou. Para o empresário, “o grande constrangimento à atividade foi a falha incessante de comunicação por parte do Governo ao anunciar medidas de combate à pandemia totalmente irracionais, gerando assim mais medo e pavor nas pessoas já suficientemente massacradas com este vírus e, por conseguinte, receio em participar em quaisquer atividades ao ar livre” (Martins, 2021). A *PeddyMais*, à semelhança de tantas outras empresas de Animação Turística, tem as suas atividades certificadas pela Direção Geral de Saúde, mas nem por isso deixaram de registar dificuldades em angariar clientes, mesmo apostando em grupos com o máximo de seis pessoas e em audioguias para manter o distanciamento social.

Rui Martins é bastante crítico ao trabalho do Turismo de Portugal que destaca, “não tiveram qualquer consideração por esta nobre atividade uma vez que desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do turismo interno promovendo atividades que têm como público alvo o nacional, à qual tende obviamente a evitar viagens para o estrangeiro”. A necessidade de resiliência para fazer face a estas adversidades foi reiterado pelo empresário, em que apenas o “amor à camisola” é o que os fez continuar.

Aquilo que seria, em tempos, resolvido com alguma facilidade, foi apontado como dificuldade acrescida à atividade de algumas empresas de Animação Turística. O Diretor-geral da *Boost Portugal* Tiago Monteiro, enumera alguns constrangimentos: “as mudanças com relativa frequência à legislação afetaram a atividade e trouxeram incerteza à operação. Originou uma fraca e descoordenada representação da atividade de animação turística na globalidade do setor do turismo, tendo como consequência uma débil capacidade de acompanhamento e legislação para as especificidades que dizem respeito à animação turística”. Por fim, este diretor rematou a entrevista afirmando que o que mais afetou a sua atividade foi a instabilidade da procura dos serviços de Animação Turística, o que provoca um exercício quase impossível de criação de estratégia minimamente segura e sustentável” (Monteiro, 2021).

Quando aconteceu a retoma, foi difícil entregar serviços de animação turística no volume e nos padrões de qualidade necessários, caso o mercado não tivesse recursos humanos qualificados disponíveis para acompanhar esse aumento de procura”, reforçou (Relvas, 2021).

Existiram outros desafios que não passaram tanto pelos constrangimentos de comunicações por parte do Governo, mas sim ligados à sustentabilidade ambiental, como refere Carlos Relvas, responsável da empresa *Calheta Diving Center Madeira*. Uma vez que opera no arquipélago madeirense, o responsável identifica que “o principal constrangimento atual e que se pode agravar no futuro tem a ver não com a pandemia, mas com as opções políticas que querem fazer do mar do sul da Madeira uma zona da indústria de aquacultura em vez de priorizar o turismo”, quer pela degradação da paisagem natural, como dos resíduos provocados.

Este afirma que independentemente do meio de transporte ou tipo de alojamento turístico que o turista seleciona num destino, o objetivo deste é experienciar o que de melhor um destino oferece. Considera por isso que é nestas funções que as empresas de Animação Turística desempenham um papel importante, uma vez que englobam diversos agentes locais e envolvem várias atividades económicas (Relvas, 2021).

Como conclusão final, o Diretor-Geral da *Boost Portugal* assevera que “longe vão os tempos em que um destino assentava exclusivamente nas qualidades intrínsecas da sua região” (Monteiro, 2021). Este explana que o turista dos dias de hoje, “seja sozinho ou em grupos, procura um conjunto de serviços e oferta de valor ao chegar a um destino, totalizando um somatório de mais valias”. Desta forma, “os serviços de animação turística se qualificados, profissionalizados e integrados na oferta, podem e têm todo o potencial para promover e destacar Portugal” (Monteiro, 2021).

#### 1.4.3 A adaptação das empresas

Com a progressiva situação de vulnerabilidade particularmente nas micro e pequenas empresas, assim como a existência de um capital reduzido por parte destes empreendimentos, originou uma compreensão aprofundada da capacidade de adaptação das empresas no período de pandemia através de elementos positivos. Este fenómeno permitiu criar um conhecimento importante no que respeita à adaptação das empresas. Esta adaptabilidade está intrinsecamente ligada à maneira de coordenar e combinar os diversos processos (Pike et al., 2010). Nesta perspetiva, surge nas empresas uma preocupação com a não sobrevivência, deparando-se com decisões e perguntas, desde como se iram adaptar, quais as medidas a adotar, quais as capacidades existentes para tornar as atividades flexíveis para continuar a atuar no mercado tendo em consideração a saúde dos indivíduos e como tornar as empresas resilientes no tempo de pandemia.

Para Pike (2010), estas variáveis impactam negativamente os diferentes setores e têm servido como *insights* para a comunidade científica se debruçar relativamente a protocolos específicos de cada setor. A Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE) delineou para os operadores profissionais das várias áreas da Animação Turística (AT) um conjunto de ações recomendadas para prevenir a propagação da COVID-19.

Considerou-se então no âmbito de ação das empresas de Animação Turística e operadores Marítimo-Turísticos, as orientações que visavam adequar as regras recomendadas pela Direção Geral de Saúde (DGS) às normas e procedimentos das operações das empresas de AT, garantindo a maior redução possível no risco de contágio. Pretendeu-se informar e orientar as empresas do setor para as melhores práticas assegurando a operação com o menor risco possível.

Este guia teve em conta a multiplicidade de ambientes e condições muito diversas em que as empresas operam. Isto é, avaliou as inúmeras modalidades atualmente existentes, com a possibilidade de serem exercidas tanto em instalações próprias (interior e exterior), como em espaço livre e em ambientes muito distintos (desde o espaço urbano ao espaço natural), com ou sem infraestruturas de apoio. Sempre que necessário e conveniente, assumiu-se a devida referenciação às orientações e diretrizes da DGS (também estas expostas a adaptação permanente), considerando o seu carácter transversal, sendo fundamental a devida adaptação à realidade de cada empresa.

Quando se refere segurança, deve-se ter como diretriz conseguir ter um evento com um Nível de Risco Aceitável. Em todos os momentos, vivemos de acordo com um nível de risco (que é uma probabilidade de um acontecimento vir a ocorrer, ou a probabilidade do mesmo não ocorrer) tendo em consideração que o setor da animação turística é muito diversificado quanto à tipologia, objetivos, espaços, número de participantes, recursos a envolver (nomeadamente recursos humanos) e fornecedores. Qualquer medida ou manual tem de se reger pelos princípios da Gestão de Risco, definindo o nível de risco e perigo programa a programa, demonstrando que em todas as suas fases o risco foi calculado e considerado aceitável, nomeadamente nas medidas anti COVID-19. Todas as medidas que venham a ser decididas ou tomadas devem ter uma justificação plausível que demonstre o impacto razoável na melhoria das condições de segurança. Estas Linhas de Orientação são o ponto de partida para que cada operador crie o seu próprio plano de contingência adequando a cada programa.

Segundo a Orientação 01/2020 da DGS para a prevenção da COVID-19, salientou-se a importância de serem seguidas três medidas essenciais como cumprir a etiqueta respiratória por parte de todos os cidadãos, manter distância e espaço entre as pessoas em todas as situações e fazer autovigilância de sintomas e abstenção social em caso de doença. A estas três medidas, acrescentaram-se, com base noutras orientações, como a 006/2020 e a 011/2020 da DGS, mais duas medidas como o cumprimento de regras de higienização das mãos por parte de todos os cidadãos e realização de uma correta desinfeção de equipamentos e superfícies comuns. Assim, no desenvolvimento da atividade das empresas de AT, considerou-se especialmente importante promover as seguintes práticas, como base de ações de prevenção de contágio, como estão descritas no Apêndice III.

De acordo com o Turismo de Portugal (2020), outra estratégia de recuperação e medida reativa à situação pandémica, passou pela adesão do selo *Clean & Safe* com o objetivo de certificar os estabelecimentos e atividades turísticas que assumam o compromisso de cumprir as recomendações dadas pela Autoridade Turística Nacional em articulação com as orientações da Direção Geral de Saúde (DGS) para reduzir os riscos de contaminação por COVID-19 ou outras infeções que possam vir a existir no futuro. Teve como principal foco sensibilizar as empresas turísticas para a adaptação de comportamentos apropriados à época pandémica vivida para que estas implementem os procedimentos de higiene e limpeza que assegurem a segurança dos turistas e colaboradores de Turismo.

Consequentemente, incentivou-se a retoma à atividade no setor a nível nacional e internacional, dando uma maior confiança a todos os que visitam Portugal enquanto destino turístico. O selo *Clean & Safe*, também protegeu as empresas e contribuiu para a saúde pública, uma vez que cumpriam todas as normas da Organização Mundial de Saúde (OMS) e pelas autarquias locais. Este símbolo procura transmitir uma maior confiança ao consumidor, atuando como uma excelente ferramenta de marketing para promover o turismo e a hotelaria em Portugal enquanto se recuperava dos estragos da pandemia.

A adesão do selo *Clean & Safe* foi gratuita e opcional e ainda é promovida a formação pelo Turismo de Portugal para implementação das regras associadas ao selo. A certificação estava disponível para Hotéis e Empresas de Animação Turística, Campos de golfe, Guias interpretes (têm direito a formação certificada), Restaurantes, Agências de viagens (com instalações físicas), Empresas de Rent-a-car, Áreas de serviço para Autocaravanas, AL (Alojamento Local), Locais de Cultura, Património e Museus.

Um ano após a sua criação, numa parceria com a Direção-Geral da Saúde (DGS) e a *NOVA Medical School*, o Turismo de Portugal atualizou os requisitos para adesão ao selo Clean & Safe, que continua opcional e gratuito, mas ainda mais simples e ágil, com conteúdos informativos reforçados. Válido até abril de 2022, o selo resultou da evolução natural do conhecimento adquirido, adaptando-se às exigências atuais no domínio da Saúde Pública. Os novos aderentes devem inscrever-se à plataforma *portugalcleanandsafe.com*, registar-se e submeter uma Declaração de Compromisso em como cumprem os requisitos solicitados, entre os quais, a implementação de um protocolo interno que, de acordo com as recomendações da DGS, assegure a higienização necessária para evitar riscos de contágio de infeções e garanta os procedimentos seguros para o funcionamento das atividades turísticas.

A renovação do Selo foi e continua a ser automática para as empresas já aderentes, desde que se comprometam a atuar conforme os novos procedimentos previstos. Neste mesmo ano de 2022, a 15 de junho ficou disponível uma nova versão deste selo, válido até 2024. O Certificado Digital surgiu como outra forma de as empresas se adaptarem. Segundo o Serviço Nacional de Saúde (SNS), o Certificado Digital COVID da UE poderia ser de três tipos de sendo eles de vacinação, recuperação e testagem. Estes poderiam ser obtidos e usados de forma independente, mediante as condições de emissão e utilização estipuladas. Constitui por isso prova de que uma pessoa foi vacinada contra a COVID-19, recebeu um resultado negativo num teste ou recuperou da COVID-19.

Os dados pessoais constantes no Registo Nacional de Utentes, nomeadamente os contactos necessários para a obtenção dos certificados, podem ser atualizados através da área pessoal do portal do SNS 24, numa unidade de saúde (centro de saúde) ou num balcão do SNS 24.

O Certificado Digital COVID da UE podia ser obtido na área pessoal do portal do SNS 24 e da aplicação móvel SNS 24 (disponível em Android, IOS e EMUI). O respetivo acesso ao portal do SNS 24 podia também ser efetuado nos Espaços Cidadão, nas juntas de freguesias, nos balcões do SNS 24, com um devido atendimento assistido. A emissão e utilização do Certificado Digital COVID da UE era efetuada nos termos do Decreto-Lei n.º 54-A/2021, de 25 de junho.

O Decreto-Lei n.º 54-A/2021 de 25 de junho provém à execução do Regulamento (UE) 2021/953, definindo normas de emissão, apresentação e utilização do Certificado Digital COVID da UE.

Assim, de acordo com o Decreto-Lei, a limitação da propagação do SARS-CoV-2, foi elaborada pelos Estados-Membros e conseguida pela adoção de algumas medidas com impacto no exercício dos cidadãos da União no que respeita ao direito de livre circulação e residência no território dos Estados-Membros.

Têm-se como exemplo as restrições à entrada ou a exigência para os viajantes transfronteiriços, o cumprimento de quarentena ou autoisolamento, assim como a testagem para despiste da infeção por SARS-CoV-2. Para o efeito, as pessoas vacinadas ou as que obtiveram um resultado negativo num teste de despistagem à COVID-19 recente e as pessoas que recuperaram da COVID-19 nos seis meses anteriores reduzem o risco de infetar outras pessoas com o SARS-CoV-2. Muitos Estados-Membros lançaram iniciativas para a emissão de certificados de vacinação contra a COVID-19. No entanto, para que tais certificados de vacinação pudessem ser utilizados eficazmente num contexto transfronteiriço quando os cidadãos da União exercem o seu direito de livre circulação, tiveram de ser plenamente compatíveis, seguros e verificáveis.

A resolução de 25 de março de 2021 surge como a estabilização de uma estratégia da UE para o turismo sustentável, sendo que o Parlamento Europeu preconizou a aplicação de critérios comuns para viagens seguras graças a um Protocolo de Segurança Sanitária da União. Desta forma estabeleceu-se um regime comum para a emissão, verificação e aceitação de certificados de vacinação, teste e recuperação da COVID-19 (Certificado Digital COVID da UE).

Esse mesmo regime foi diretamente aplicável em todos os Estados-Membros facilitando sempre que possível com base em dados científicos, o levantamento gradual das restrições pelos Estados-Membros de forma coordenada.

Previu –se que os Certificados Digitais COVID da UE pudessem ser utilizados na área do turismo, como é o caso do tráfego aéreo e marítimo, da circulação no território nacional e em matéria de acesso a eventos de natureza cultural, desportiva, corporativa ou familiar. No que respeita ao tráfego aéreo e marítimo, passa a ser permitida a realização de viagens com destino a Portugal por cidadãos providos de Certificado Digital COVID da UE. Esta autorização isentava a aplicação de medidas adicionais de prevenção e mitigação como a realização de testes para despistagem da infeção por SARS -COV -2 ou o cumprimento de períodos de quarentena. Em matéria de acesso a eventos designadamente casamentos e batizados, sempre que, nos termos legais, seja exigida a apresentação de comprovativo de realização de teste para despiste da infeção por SARS -COV -2 para assistir ou participar nos referidos eventos.

Em alternativa, era possível ser apresentado o Certificado Digital COVID da UE. Após esta explicação mais abrangente de todas as medidas adotadas e respetiva adaptação por parte das empresas face à COVID-19, remete-se para o Apêndice IV onde se fará um Linha temporal de alguns dos momentos mais marcantes entre 2019 e 2021.

#### 1.4.4 Apoios

Apesar da variação dos períodos de tempo de cada crise, criaram-se estruturas para suportar esses tempos críticos e difíceis, tendo em consideração os cenários pouco favoráveis para os negócios. Surgem, portanto, posturas de planeamento a curto prazo, com o intuito de esperar resultados rápidos com capacidade de sobrevivência (Konopleva et al., 2020).

Em Portugal foram adotados por isso, segundo a Legislação Portuguesa, Despachos normativos que vieram ajudar as micro e pequenas empresas, como é o caso das legislações expostas no Apêndice V. Desta forma, os apoios dados às empresas foram acrescentados à medida que surgiram alterações ao longo do tempo. Ou seja, os Decretos-Lei foram criados para fazer face à situação vivida adequando o apoio financeiro às necessidades evolutivas da COVID-19. Para além do apoio financeiro, expandiu-se a tipologia e diversificação das empresas reconhecendo que as micro e pequenas empresas não detém capacidade de resposta à pandemia devido às restrições impostas no controlo.

A par deste cenário em constante mutação, obrigou a que as primeiras medidas adotadas pelo Governo fossem reforçadas de forma a apoiar a manutenção dos postos de trabalho e mitigar situações de crise empresarial. O caso do *Lay-off* tem demonstrado ao longo da história ser um instrumento robusto para ajudar a responder às situações de crise como a que o País atravessou como refere o Decreto-Lei n.º 10-G/2020 de 26 de março. O *Lay off*, como é prevista no Código do Trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro, pretende reduzir temporariamente o período normal de trabalho ou suspensão do contrato de trabalho por facto respeitante ao empregador em situação de crise empresarial.

Neste sentido, o Decreto-Lei n.º 10-G/2020 de 26 de março, estabelece medidas excecionais e temporárias, definindo e regulamentando os termos e as condições de atribuição dos apoios destinados aos trabalhadores e às empresas afetados pela pandemia da COVID -19, tendo em vista a manutenção dos postos de trabalho e a mitigação de situações de crise empresarial.

As medidas excepcionais previstas neste Decreto-Lei aplicam -se aos empregadores de natureza privada, incluindo as entidades empregadoras do setor social, e trabalhadores ao seu serviço, afetados pela pandemia da COVID -19 e que se encontrem, em consequência, em situação de crise empresarial., mediante requerimento eletrónico apresentado pela entidade empregadora junto dos serviços da Segurança Social.

Os apoios financeiros previstos no Decreto-Lei n.º 10-G/2020 de 26 de março têm em vista a manutenção dos contratos de trabalho e evitar despedimentos por razões económicas. Nesta fase crítica, prevê ainda que, durante o período de redução ou suspensão, bem como nos 60 dias seguintes à aplicação das medidas de apoio extraordinário à manutenção de contrato de trabalho previstas, o empregador não pode fazer cessar contratos de trabalho ao abrigo das modalidades de despedimento coletivo ou despedimento por extinção do posto de trabalho.

O Decreto-Lei n.º 14-F/2020 de 13 de abril procede à primeira alteração do Decreto-Lei n.º 10-G/2020, de 26 de março, incontestavelmente marcado pelas medidas excepcionais que o governo adotou. Com o progressivo avanço do contexto atípico, necessitou de alterações e acrescentos em função dos novos temas que se vão identificando relativamente aos trabalhadores, às empresas, aos operadores económicos e aos cidadãos em geral, estando sujeitas a uma ponderação e reavaliação permanentes.

Face ao exposto, identificou-se, por um lado, a necessidade de proceder a melhorias relativamente às medidas de redução ou suspensão em situação de crise empresarial reguladas no Decreto-Lei n.º 10-G/2020, de 26 de março, bem como a fixação de preços máximos ou monitorização centralizada de stocks, quantidades produzidas, e de isenção do pagamento de taxas para os operadores económicos que atuem em situações de urgência como refere o Artigo 32.º

Ultrapassada a fase mais crítica da emergência, definiu-se um quadro de intervenções que garantam uma progressiva estabilização nos planos económico e social. Neste contexto, reavaliou-se as medidas de apoio à manutenção do emprego como afirma o Decreto-Lei n.º 27-B/2020 de 19 de junho. Neste quadro, em que as empresas que permanecem sujeitas ao dever de encerramento continuam a poder beneficiar do apoio extraordinário à manutenção de contrato de trabalho, previsto no Decreto-Lei n.º 10 - G/2020, de 26 de março. A mesma Resolução introduziu a possibilidade de as empresas que tenham atingido o limite de renovações desse apoio extraordinário até 30 de junho beneficiarem de uma prorrogação excepcional até ao fim do mês de julho, prevendo adicionalmente que será criado um novo mecanismo de apoio à retoma progressiva.

Por outro lado, para as empresas que tenham beneficiado do apoio extraordinário à manutenção de contrato de trabalho ou do plano extraordinário de formação, nos termos previstos no Decreto-Lei n.º 10 -G/2020, de 26 de março, e que manifestam condições para retomar a sua normal atividade, podem ser abrigadas pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 41/2020, de 6 de junho como um incentivo extraordinário à normalização da atividade empresarial. Esta resolução estabeleceu um mecanismo designado complemento de estabilização para compensar a quebra de rendimentos dos trabalhadores das empresas que beneficiam do apoio extraordinário à manutenção de contrato de trabalho, nos termos previstos no Decreto-Lei n.º 10 -G/2020, de 26 de março.

O último Decreto-Lei remota para o Decreto-Lei n.º 6-C/2021 de 15 de janeiro, em que diz que, face ao aumento do número de casos da pandemia da doença COVID -19 a partir do final do terceiro trimestre, ditou a necessidade de adoção de novas medidas de contenção do vírus, bem como a prorrogação e o reforço das medidas de apoio às empresas e ao emprego.

Assim, por continuar a constituir um instrumento fundamental para o apoio à manutenção dos postos de trabalho, nas situações em que as empresas e estabelecimentos se encontrem 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, o Governo passa a assegurar o pagamento de 100 % da retribuição até ao triplo da Retribuição Mínima Mensal Garantida (RMMG) aos trabalhadores abrangidos pelo apoio extraordinário à manutenção de contrato de trabalho, previsto no Decreto-Lei n.º 10 -G/2020, de 26 de março.

No caso dos trabalhadores, verifica-se uma idêntica garantia que abrange as medidas de redução ou suspensão em situação de crise empresarial, que tenham sido motivadas pela pandemia da doença COVID -19 e que se iniciem após 1 de janeiro de 2021, os quais passam a ter direito ao pagamento integral da sua retribuição normal ilíquida até um valor igual ao triplo da RMMG. Na mesma conjuntura, é garantida a prorrogação até ao primeiro semestre de 2021 do apoio extraordinário à retoma progressiva de atividade, e a sua extensão, pela primeira vez, aos membros dos órgãos estatutários que exerçam funções de gerência nas empresas, com registo de contribuições na segurança social e com trabalhadores a seu cargo. De igual modo, é assegurado o pagamento de 100 % da retribuição até ao triplo da RMMG aos trabalhadores abrangidos, mantendo -se ainda a dispensa parcial das contribuições para a segurança social, a cargo da entidade empregadora, para as micro, pequenas e médias empresas.

Numa perspetiva de opiniões face aos apoios estatais por parte das empresas de Animação Turística, Tiago Monteiro reconhece que o Governo e as instituições centrais têm “um trabalho muito difícil nesta gestão de pandemia sem precedentes, é inegável” (Soares et al., 2020). Porém, o governo também tem cometido falhas, aponta. Falhas que “são mais ou menos claras para todos, no entanto no que respeita aos apoios às empresas, entendemos que estes têm sido eficazes e sem dúvida essenciais para a manutenção das empresas e dos seus postos de trabalho”. Não obstante, acrescenta, “estes apoios não podiam estar perto de terminar.

A pandemia não acabou, e em especial no setor das viagens de grupos e incentivos que estava longe de retomar a confiança necessária para a realização de eventos. Como tal foi essencial uma continuidade destes apoios, bem como uma análise atenta e correta à reestruturação de dívida que as empresas se viram obrigadas a realizar, para responder aos seus compromissos quando privados de qualquer volume de negócio”. Na perspetiva de (Martins, 2021) da *Peddymais*, “deveria ter existido uma maior consciencialização da importância das empresas de Animação Turística”, dando um maior apoio às atividades turísticas tendo em conta a importância que o Turismo tem na economia nacional.

Já a *Algarve Sun Boat*, que aposta numa frota 100% ecológica com recurso a embarcações eletrossolares, destaca que à parte dos apoios, o foco devia centrar-se na aposta noutros mercados emissores para não voltar a “pôr a descoberto alguma fragilidade e demasiada dependência de mercados históricos”, como salienta o diretor de vendas e marketing da empresa (Falé, 2021), Neste sentido, defende que “está na hora de investirmos massivamente em novos mercados, principalmente do outro lado do Atlântico”, mas também em apoios para tornar os voos mais baratos para o Algarve.

Já a empresa *Calheta Diving Center Madeira* dispensou apoios. Além de ter como base a utilização de capitais próprios, Relvas (2021) enaltece que a “estratégia do Governo Regional da Madeira relativamente à gestão da pandemia fez com que a região não sofresse muito e no nosso caso foi aproveitado para termos dos anos de maior sucesso, foi em 2020 e já está a ser em 2021, pelo que dispensamos (e rejeitámos) os apoios públicos”.

## Parte II- Metodologia

Para abordar adequadamente o estudo da metodologia científica é necessário situarmo-nos previamente no contexto em que esta adquire sentido. A palavra Metodologia vem do grego; *meta* que significa para *além de*; *odos, caminho; logos, discurso ou estudo*. Mais concretamente, a metodologia define-se como o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade. Consiste em estudar e avaliar os vários caminhos disponíveis e as suas utilizações. Corresponde a um conjunto de procedimentos que contribuem para a obtenção do conhecimento (Vilelas, 2020), ocupando um lugar central no interior das teorias.

Já a investigação é entendida como uma atividade básica da ciência, procurando questionar e analisar a realidade. As questões da investigação estão, portanto, relacionadas com interesses e circunstâncias socialmente condicionadas (Vilelas, 2020). Na ótica da atividade científica, esta é focada em certos temas que não se ocupa igualmente face a fenómenos representados pela população, de forma a esperar que o investigador se remeta a concentrar os seus esforços num problema de dimensões mais reduzidas e que, portanto, está nas melhores condições de solucionar.

Para Vilelas (2020), as condicionantes externas e internas, operam também, ainda que seja de um modo diferente, quando o estudante ou investigador pouco experiente, enfrenta a difícil tarefa de escolher e de definir um tema concreto para o seu trabalho de investigação. Portanto, o tema é o assunto que se deseja estudar e pesquisar, sendo por isso importante escolher de acordo com as inclinações, especialidades, aptidões e tendências de quem se propõe a elaborar um trabalho científico, encontrar um objeto que mereça ser investigado cientificamente e que tenha condições de ser formulado e delimitado em função da pesquisa.

### Tema selecionado

Desta forma, o tema escolhido para a presente dissertação incide nestes parâmetros. Para além de ser uma temática com interesse para investigação, o fator da escassez de informação, influenciou a escolha do mesmo, assim como empatia e consciência da utilidade futura que este estudo trará. Após este estágio, definir quais são os objetivos é um passo fundamental para o sucesso da investigação.

O objetivo desta dissertação consiste em perceber o desempenho das empresas de Animação Turística durante a COVID-19 e quais foram as repercussões desta pandemia nas mesmas empresas. Inevitavelmente, o tema é acompanhado por um estudo de caso pois ao delimitar o que se quer estudar, surgem questões que pretendem ser respondidas. O estudo de caso é feito através da criação de um problema, uma vez que geralmente são tomados quando os investigadores querem ter uma visão de fundo detalhada de um caso em particular ou algo considerado um fenómeno. Já o problema deve ser descrito através da ponderação, se a questão será passível de investigação. O caso pode ser uma pessoa, uma planta, um grupo, um processo, uma doença, um evento, uma comunidade, ou qualquer outra unidade semelhante.

Desta forma, estes casos são considerados apropriados para explorar intensivamente os antecedentes, o estatuto e as interações ambientais de uma determinada unidade, indivíduo, grupo, instituição ou comunidade (Thomas, 2021). Assim, um estudo de caso é caracterizado por três características: (1) é centrado num caso selecionado, (2) o investigador tem o desejo de compreender a fundo uma questão; e (3) os dados podem ser recolhidos de muitas formas diferentes, tais como observações, entrevistas, e revisão de dados secundários (Thomas, 2021).

Uma das principais características do último método (recolha de dados de diversas formas) enquadra o estudo de caso do presente estudo pois combina diferentes fontes de informação, como por exemplo a história familiar, os dados pessoais, os registos médicos, as entrevistas, as observações, e outras fontes semelhantes. Os estudos de casos são frequentemente utilizados para avaliar algo envolvente tanto qualitativo e métodos quantitativos. É uma forma de estudo da sociedade, que se centra no modo como as pessoas interpretam e dão sentido às suas experiências e ao mundo em que vivem. Os investigadores utilizam as abordagens qualitativas para abordar o comportamento, as perspetivas e experiências que eles estudam.

### **Pergunta de partida**

Na sequência de pensamento, a questão de partida que se colocou foi: Qual a performance das empresas de Animação Turística face à situação epidemiológica COVID-19 no caso da região Viseu Dão-Lafões?

Após de delimitação destes termos, dá-se corpo ao trabalho científico, através da utilização de dados secundários, tendo em consideração que estes são dados previamente recolhidos em outras investigações e objetivam chegar elaborados e processados de acordo com os fins de quem inicialmente obtivera e manipulara.

Estas informações têm sempre a procedência da existência de documentos escritos pois essa é a forma uniforme em que emitem as informações científicas, dando a esse estudo o nome de bibliográficos. Os dados secundários são, por isso, fundamentais para a revisão da literatura, pois estes têm como principal objetivo resumir o estado da arte num determinado campo. Assim, é mais do que apenas a junção de divisões sobre um determinado tema, mas sim deve possuir uma avaliação crítica das teorias, bem como um debate teórico.

### **Trabalho científico**

Este estudo utiliza ambas as fontes de dados. A nível dos dados secundários utiliza Livros, Dissertações, Teses, Artigos Científicos e Decretos-Lei. Os dados primários foram obtidos através da exportação de dados Excel posteriormente utilizados para a análise de resultados. Este processo é importante para que depois seja possível delimitar um instrumento de recolha de dados sendo que este, à priori, qualquer recurso que o investigador pode recorrer para conhecer os fenómenos e extrair deles a informação. Dentro de cada instrumento concreto, podem distinguir-se dois aspetos importantes: a forma e o conteúdo. A forma refere-se ao tipo de aproximação que estabelecemos com a atividade empírica e as técnicas que nela utilizamos.

Já o conteúdo expressa a especificidade dos dados de que necessitamos concretamente pois são uma série de itens que permitem medir as variáveis, mas que assumem a forma de perguntas, pontos a observar, elementos a registar, entre outros. Deste modo, um instrumento sintetiza em si todo o trabalho prévio da investigação, resumindo as aproximações do marco teórico ao fenómeno que se pretende estudar, e por isso as variáveis ou conceitos utilizados.

### **Amostra/ Entrevista**

Para clarificar os dados recolhidos, utiliza-se uma amostra (n), sendo que num sentido amplo, é a parte do todo a que chamamos população (N) e que a representa.

Assim, a população é o conjunto de todos os indivíduos nos quais se desejam investigar algumas propriedades (Vilelas, 2020). A amostra selecionada é classificada como amostra por conveniência pois a totalidade dos dados que sustenta esta análise foram retirados do RNT no dia 7 de maio de 2022. Sentida a necessidade de entender melhor a performance das empresas da região Viseu Dão-Lafões nos anos de 2019 e 2020, recorreu-se à plataforma SABI no dia 8 de maio de 2022. Esta base de dados detém informações financeiras das empresas espanholas e portuguesas com um histórico de contas até 25 anos. Além das contas das empresas, o SABI inclui notícias, informações setoriais, indicadores de solidez financeira, diretores e outros contactos, estruturas corporativas detalhadas, incidentes judiciais e informação sobre fusões/aquisições. O SABI permite também criar os seus próprios critérios de pesquisa e rácios para uma análise mais personalizada (Dijk, 2023).

Contudo, das 69 empresas selecionadas, apenas 46 foram representadas no sistema SABI, uma vez que esta plataforma seleciona unicamente unipessoais e por quotas. Consequentemente, foi necessário um cruzamento de dados entre estas duas fontes, tendo sido possível concluir que 5 empresas entraram em insolvência reduzindo, por isso, a amostra de empresas para 41.

Como já referido anteriormente, os dados do estudo de caso podem ser recolhidos de diversas formas, mas neste caso em concreto serão, para além dos dados secundários, por dados primários como as entrevistas. As entrevistas como técnica de investigação têm raízes na antropologia e sociologia (Seidman, 2006) e têm sido consideradas nas disciplinas durante décadas. Na segunda metade do século XX e em as fases iniciais do século XXI, mantiveram a sua posição como a investigação método de escolha no âmbito das ciências sociais e, como consequência, também dentro do campo do turismo. O método de entrevista tem ao longo do tempo vindo a dominar diversas coisas, que as pessoas têm sido descritas como vivendo numa "sociedade de entrevistas" (Frey & Fontana, 1991).

A entrevista, do ponto de vista do método, é uma forma específica de interação social que tem como objetivo recolher dados para uma investigação. O investigador faz perguntas aos indivíduos capazes de fornecer dados de interesse, estabelecendo um diálogo peculiar, assimétrico, onde uma das partes procura recolher informações, sendo a outra a fonte dessas informações. Por razões inerentes, só se emprega nas ciências humanas, salvo raras exceções.

A vantagem essencial da entrevista reside no facto de serem os próprios atores sociais quem proporciona os dados relativos às duas condutas, opiniões, desejos, atitudes e expectativas, das quais pela sua natureza é quase impossível observar de fora.

Para Thomas (2021) a entrevista é uma forma pessoal de investigação comparada com um questionário. Para procurar opiniões ou impressões de uma pessoa ou grupo de pessoas, a entrevista é uma escolha ideal. Uma entrevista é um intercâmbio verbal, muitas vezes cara a cara, em que um entrevistador tenta obter informações, crenças, ou opiniões de outra pessoa. Em entrevistas, o entrevistador trabalha diretamente com o inquirido, e se necessário, o entrevistador pode ir mais além através de perguntas abertas. O autor Heron (1981) reforça esta ideia, afirmando que ao longo da história as pessoas têm tentado dar sentido à condição humana através de narrativas, pondo palavras às suas experiências. Alguns argumentam que o original paradigma da investigação humana e o método de investigação arquetípica é, de facto, o ato de conversa entre duas pessoas

Ainda para Thomas (2021), existem três tipos de entrevistas sendo elas entrevista estruturada, entrevista não estruturada e entrevista semiestruturada. Na entrevista estruturada, o entrevistador utiliza um questionário pré-preparado (uma entrevista horário) e conduz a entrevista sem grandes variações. Uma grande vantagem de uma entrevista estruturada é que os dados quantitativos gerados são amenizáveis à análise estatística. Contrariamente, uma entrevista não estruturada toma a forma de uma conversa entre o entrevistado e o investigador. Não existe uma lista padronizada de perguntas sendo por isso uma conversa de fluxo livre num cenário natural concentrando-se assim na perceção do inquirido ou opinião sobre várias questões. A isto também se chama entrevista aberta ou aprofundada entrevista.

Já a entrevista semiestruturada faz uso de um guia com algumas questões gerais, que devem ser discutidas para uma possível investigação durante uma entrevista. A lista inclui normalmente perguntas amplas e abertas, a serem respondidas num fluxo livre, conversação, descontração e ambiente informal. O entrevistador é deixado livre para reformular as perguntas e para fazer perguntas de sondagem para obter mais detalhes.

### **Tipo de entrevista**

Neste seguimento, o tipo de entrevista utilizada será a semiestruturada, uma vez que existiram perguntas fechadas, assim como perguntas abertas, dando ao entrevistado a possibilidade de responder com precisão, mas também para ter abertura de resposta.

Ainda dentro das entrevistas, estas podem ser entrevistas telefónicas, pois são frequentemente utilizadas em substituição das entrevistas pessoais, especialmente quando se trata da rapidez da recolha de informação e quando a quantidade de informação necessária é relativamente limitada. Em comparação com entrevistas por e-mail ou correio, as entrevistas telefónicas são frequentemente mais dispendiosas em termos dos custos totais da recolha de dados. No entanto, quando o custo é calculado num questionário, as entrevistas telefónicas podem ser mais baratas do que o correio, mas mais caro do que o correio eletrónico. A entrevista telefónica pode ser uma boa abordagem para atingir segmentos populacionais específicos, particularmente quando a entrevista porta a porta não é possível ou pode levar a graves distorções em resposta. É claro que deve haver uma invasão telefónica suficientemente elevada no segmento, para que este modo de recolha de dados seja vantajoso (Thomas, 2021).

Todavia, este método aumenta a probabilidade de o inquirido se recusar a responder, assim que se inicia uma entrevista por telefone pois são os únicos que permitem ao entrevistador responder ao inquirido e a tentativa de transformar uma recusa de uma entrevista completa. A nível de problemas adicionais associados ao telefone, consiste no desempenho do entrevistado. Muitas das vezes é manifestada por esforços inadequados para completar as entrevistas com alguns dos mais difíceis de alcançar inquiridos (Thomas, 2021).

### **Processo das entrevistas e recolha de dados**

Para agilizar o processo de recolha de dados face ao grande número de empresas, a alternativa adotada para facilitar o procedimento passou pela realização de um questionário pré feito no Google forms, com a duração prevista de 5 minutos e constituído por 11 perguntas. A par desta estratégia, o entrevistador fez uma ligação com a responsável dos recursos humanos ou com o responsável pela empresa, para responder ao mesmo durante a chamada telefónica. O objetivo foi conseguir alcançar o maior número de empresas de forma eficiente, sem deslocações nem perda de tempo.

Para que esta recolha de dados fosse salvaguardada para ambas as partes envolvidas, foi enviado um email de aviso prévio às empresas com um período de antecedência de 15 dias. Esta fase foi fundamental pois a ética científica caracteriza-se pelas decisões acauteladas pelos cientistas durante uma investigação, podendo estas ser de carácter universal ou mais subjetivo (Costa, 2011).

Faz sentido por isso que a investigação seja realizada com consentimento informado. Por outras palavras, os participantes devem ser informados de todo o procedimento e posteriormente obter o seu consentimento para participar pois envolve pessoas ou empresas. Desta forma preveniu-se a não proteção dos dados e a antiética caso se recolhesse informação sem o conhecimento dos participantes e a sua vontade expressa. Naturalmente, a recolha de dados através das entrevistas, implicou a receção de um email detalhado a todas as empresas com a apresentação do estudo e respetivo propósito, assim como um documento autenticado pelo ISLA como mostra o apêndice XI.

No que respeita à elaboração dos questionários, as escalas utilizadas nas primeiras perguntas foram desenhadas tendo em conta o objetivo do estudo. Ou seja, recorre-se a uma escala de 1 a 3 (modelo tipo Likert), com variações na pontuação feitas através do critério do investigador (Costa, 2011). Teoricamente, o número de categorias pode variar de duas até ao infinito, uma vez que numa escala contínua existe um número infinito de categorias e numa escala descontínua, as categorias dependem de vários fatores como o objetivo da pergunta, capacidade de quem desenhou a escala, formato do inquérito/pergunta e a natureza dos respondentes (Mendes et al., 2014). É constituída assim por um número ímpar de forma a criar um nível neutro entre dois extremos (Costa, 2011).

Já as escalas de 0-100% incidem no facto de terem sido divididas em 4 quartis para tornar os intervalos mais equitativos. A escolha destas escalas pretendeu facilitar as respostas, ganhar segurança/ confiança por parte dos entrevistados e atender à privacidade das empresas. Quanto às últimas perguntas, estas tiveram por base toda a revisão da literatura, com a perspetiva de cada pergunta ser justificada pela fundamentação teórica.

### **Tratamento de dados**

Após a recolha das respostas, os dados foram tratados qualitativamente, uma vez que uma análise quantitativa só é possível a partir dos dados numéricos gerados a partir de entrevistas estruturadas. Comtempla-se por isso que a entrevista será semiestruturada e tem como finalidade obter dados maioritariamente de respostas abertas e fechadas. Como assinala Vilelas (2020), a investigação qualitativa tem sua origem na filosofia e ciências humanas, particularmente na história e antropologia.

Como método de investigação, estas perspetivas surgem a par das entrevistas, desde o início do século XX, embora tivessem existido anteriormente de um modo não estruturado, pois tentava saber mais sobre as culturas e grupos. Os estudos qualitativos consideram que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o objetivo e a subjetividade do sujeito, não podendo ser traduzido em números. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas.

Desta forma, como remete para o Apêndice VI, as perguntas presentes no questionário Google Forms baseiam-se no objetivo deste estudo, ou seja, numa primeira fase perceber qual o impacto da COVID-19 na empresa de AT, podendo enquadrar-se de “pouco significativo” a “muito significativo”. Identificar também se esse impacto foi mais visível a nível financeiro, a nível de procura, no nº de colaboradores ou gestão da empresa sendo que a nível financeiro e a nível da procura constituem opções com maior destaque.

Num segundo momento, já no que diz respeito aos resultados financeiros, perceber se durante os anos de 2020 e 2021, o impacto foi positivo ou negativo e qual a respetiva percentagem associada numa escala de 0% até aos 100%. Assinala-se por isso que o ano de 2020 foi considerado pela maior parte das empresas como negativo e 2021 como positivo, representando 75% - 100% e 50%-75% respetivamente.

Caso seja sempre negativo, qual a perceção e previsão da ausência ou não de melhoria num futuro próximo. Numa última fase, entender como se realizou a adaptação das empresas. Ou seja, se internamente foram implementadas as medidas de contenção da pandemia como é referido na revisão da literatura, englobando por isso o teletrabalho, normas DGS, apoio do estado e *Lay-off*. No que diz respeito à relação com o cliente, como é que as empresas garantiram o selo Clean & safe e quais as estratégias de mercado como novos canais de comunicação e produtos, assim como de ações de marketing / comunicação.

Para Hoss (2010) uma forma de reduzir os riscos é realizar um processo de validação do questionário, antes da aplicação deste instrumento em campo. Este processo designa-se de validação interna ou pré- teste e tem como principal foco garantir a qualidade e a confiabilidade dos instrumentos. Por conseguinte, os pré-testes podem ser executados na primeira fase da formulação dos questionários, pois coadjuvam os pesquisadores na circunscrição da formulação das questões a serem aplicadas no estudo final (Mattar, 1994).

Outra característica positiva do pré-teste é a oportunidade de ensaio geral, onde serão aplicadas as mesmas etapas de entrevista que irá compor no estudo final, simulando aos pesquisadores um ambiente próximo ao que eles iram encontrar no estudo em campo. Esta simulação conforma aos pesquisadores, a hipótese de avaliarem em antetempo as complicações ou as necessidades de ajustes nos processos da recolha de dados (Goode & Hatt, 1972).

Tabela 2 Pré teste

Nome	Ramo	Sede	Data do contacto
Noel Fuzeiro, unipessoal lda	Imobiliária	Figueira da Foz	28/07/2022
Endlessenses	Empresa de AT	Coimbra	28/07/2022
AMR & Ribeiro	Eletricidade	Molelos	28/07/2022
Remax Dream	Imobiliária	Porto	28/07/2022
Alphabiz	TVDE	Vila Nova de Gaia	28/07/2022
Taberna Dom José	Restaurante	Toulouse	28/07/2022
Easyride	TVDE	Porto	28/07/2022

Fonte: Elaboração própria

O questionário foi previamente testado, sendo submetido a um pré teste por 7 empresas como remete para a Tabela 2. Apesar de apenas duas empresas serem da mesma área de estudo, permitiu verificar se a estrutura se encontrava coesa, de fácil resposta, em curto espaço de tempo e quais os aspetos a melhorar. Este passo deveu-se ao facto de, segundo a revisão bibliográfica, os questionários terem uma sequência lógica nas questões, de forma a que a sua reprodução esteja alinhada com os objetivos da pesquisa, devendo também possuir uma boa ortografia para facilitar a interpretação por parte dos entrevistados (Manzato & Santos, 2012).

## Parte III- Estudo empírico

### 3.1. As empresas de Animação Turística na Região Centro

Esta divisão abordará quais as empresas de Animação na Região Centro e respetivo perfil, assim como a caracterização geográfica da região e área de estudo.

#### 3.1.1. A Região Centro

Para Machado (2007) o distrito de Viseu faz a ponte entre o litoral e o interior, sendo o litoral mais desenvolvido devido à existência de indústria e maior densidade populacional e o interior desertificado e isolado, tornando cada vez maior o grau de interioridade. Ou seja, tanto se encontra espaços repletos de infraestruturas sociais com vários hospitais e centros de saúde assim como escolas, jardins de infância e lares de idosos. Desta forma, as acessibilidades permitem uma fácil comunicação entre as localidades, nomeadamente no distrito de Viseu, com um estatuto notoriamente mais urbano na condição de capital de distrito, como

“áreas com cariz marcadamente rural, onde escasseia uma população, de si já bastante envelhecida, em resultado da saída das pessoas em busca de melhores condições de vida, possuindo menos infraestruturas coletivas e onde a rede viária é pouco densa, dificultando, desta forma, a mobilidade das pessoas entre os diferentes locais”( Machado, 2007, p. 7).

O autor Machado (2007) afirma que este cenário é mais visível à medida que o interior vai ganhando uma maior profundidade. Desta forma, o atingir de um estado de desenvolvimento semelhante ao das áreas mais próximas do litoral torna-se complexo, originando diferentes níveis de acesso à cultura e aos mecanismos promotores do desenvolvimento.

O Distrito de Viseu tem como marca alguma heterogeneidade entre os diversos concelhos existentes, resultante da diversidade territorial existente. O distrito estende-se por 24 concelhos e divide-se entre a região norte e centro do país segundo a Nomenclatura de Unidades Territoriais (NUT) de nível III. Isto porque é dividido em 3 sub-regiões – Dão Lafões, Douro e Tâmega, sendo a primeira pertencente à zona Centro e as seguintes à zona Norte do país.

A divisão dos concelhos pelas diferentes NUTS indica que os concelhos de Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro Daire, Mangualde, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Sátão, Tondela, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela pertencem à região de Dão Lafões. Já Armamar, Lamego, Moimenta da Beira, Penedono, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço e Tarouca fazem parte do Douro e Cinfães e Resende ao Tâmega. Posto isto, a sub-Região Dão Lafões (NUT III) integrada na Região Centro, abrange os 14 concelhos. A tabela seguinte demonstra como são organizadas as NUTS em Portugal Continental e Ilhas, de acordo com a lei n.º 75/2013 (Tabela 3).

Tabela 3 NUTS

Nuts I	Nuts II	Nuts III
<b>Continente</b>	Norte	Alto Minho; Cávado; Ave; Área Metropolitana do Porto; Alto Tâmega; Tâmega e Sousa; Douro; Terras de Trás-os-Montes
	Centro	Oeste; Região de Aveiro; Região de Coimbra; Região de Leiria; Viseu Dão Lafões; Beira Baixa; Médio Tejo; Beiras e Serra da Estrela
	Área Metropolitana de Lisboa	Área Metropolitana de Lisboa
	Alentejo	Alentejo Litoral; Baixo Alentejo; Lezíria do Tejo; Alto Alentejo; Alentejo Central
	Algarve	Algarve
<b>Região Autónoma dos Açores</b>	Região Autónoma dos Açores	Região Autónoma dos Açores
<b>Região Autónoma da Madeira</b>	Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma da Madeira

Fonte: Lei n.º 75/2013

Para assegurar a gestão destas NUTS, as comunidades intermunicipais (CIM) surgem com destino à prossecução dos fins públicos como a (I) promoção do planeamento e da gestão da estratégia de desenvolvimento económico, social e ambiental do território abrangido; (II) a articulação dos investimentos municipais de interesse intermunicipal; (III) a participação na gestão de programas de apoio ao desenvolvimento regional, designadamente no âmbito do QREN; e (IV) o planeamento das atuações de entidades públicas, de carácter supramunicipal.

De acordo com a Lei n.º 75/2013, cabe, portanto, às comunidades intermunicipais assegurar a articulação dos campos de atuações entre os municípios e os serviços da administração central, no que respeita às áreas de redes de abastecimento público, infraestruturas de saneamento básico, tratamento de águas residuais e resíduos urbanos, de rede de equipamentos de saúde, de rede educativa e de formação profissional, no ordenamento do território e conservação da natureza e dos recursos naturais.

Incumbe também a segurança e proteção civil, a mobilidade e transportes, as redes de equipamentos públicos, a promoção do desenvolvimento económico, social e cultural e a rede de equipamentos culturais, desportivos e de lazer. Às comunidades intermunicipais (CIM), é lhes ainda atribuído poder na execução das atribuições transferidas pela administração estadual e o exercício em comum das competências delegadas pelos municípios que as integram, nos termos da Lei n.º 75/2013. Da mesma forma que estas comunidades são responsáveis pela designação dos representantes das autarquias locais em entidades públicas e entidades empresariais sempre que a representação tenha natureza intermunicipal, como remonta o Apêndice VII.

Deste modo, apesar das suas modificações e atualizações, a Análise Jurídica n.º 75/2013 constitui um documento completo com todas as informações relativas às CIM. Como alude o Artigo 139, as unidades administrativas referentes às entidades intermunicipais previstas na presente lei integram unidades administrativas incluídas no regulamento n.º 1059/2003 de 26 de maio (instituição de uma nomenclatura comum às unidades territoriais estatísticas NUTS).

Tabela 4- Comunidades Intermunicipais da Análise Jurídica - Lei n.º 75/2013

Entidade Intermunicipal	Designação	Municípios	População
Comunidade Intermunicipal	Comunidade Intermunicipal Viseu Dão- Lafões	Aguiar da beira	5 473
		Carregal do Sal	9 835
		Castro Daire	15 339
		Mangualde	19 880
		Nelas	14 037
		Oliveira de frades	10 261
		Penalva do Castelo	7956
		Santa Comba Dão	11 597
		São Pedro do Sul	16 851
		Satão	12 444
		Tondela	28 946
		Vila Nova de Paiva	5 176
		Viseu	99 274
		Vouzela	10 564
		14	267 633

Fonte: Lei n.º 75/2013

Engloba por isso na zona norte de Portugal, a Comunidade Intermunicipal do Alto Minho, a Comunidade Intermunicipal do Cávado, a Comunidade Intermunicipal do Ave, a Área Metropolitana do Porto, a Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega, a Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa, a Comunidade Intermunicipal do Douro, a Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes.

Já na zona centro, inclui a Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro, a Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, a Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria, a Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões. Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela, a Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa e a Comunidade Intermunicipal do Oeste.

Mais a sul existem a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo, a Área Metropolitana de Lisboa, a Comunidade Intermunicipal do Alentejo Litoral, a Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo, a Comunidade Intermunicipal do Alentejo Central, a Comunidade Intermunicipal do Baixo Alentejo, a Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo, a Comunidade Intermunicipal do Algarve. Tendo em consideração que este Decreto-Lei aborda, portanto, todas as Comunidades Intermunicipais, é importante referir que a região de estudo de caso remete para a Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões.

### 3.1.2. Perfil das empresas de animação na Região Dão- Lafões

Importa agora analisar o perfil das empresas de Animação Turística da região Viseu Dão-Lafões.

Sendo o RNT um site aberto ao público onde estão disponibilizadas informações sobre as empresas, esta ferramenta foi utilizada para a pesquisa das empresas pretendidas e respetivas informações. Como avança este registo, existem 69 empresas inscritas como Animação Turística, sendo que 62 definem-se como Animação Turística e 7 de operadores Marítimo- Turísticos, como explicita o Apêndice VIII e mais especificamente o Gráfico 8.

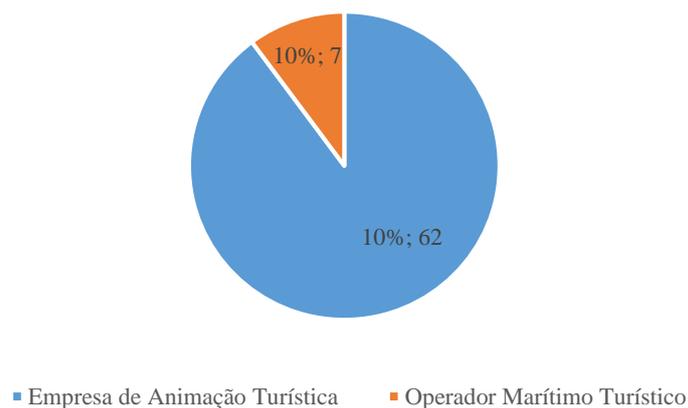
Desta forma, o objetivo da análise a estas empresas consiste em perceber quantas empresas são de AT, qual o ano com mais inscrições no RNT e onde se concentra maior número de empresas. O critério utilizado foi primeiramente pelo distrito de viseu e posteriormente pela região Viseu Dão-Lafões, ou seja, pela amostra por conveniência escolhida na metodologia. O apêndice VIII representa todas as empresas da região Dão-Lafões, qual a sua designação e localização exata, contactos (email e telefone), data e número do registo e número de contribuinte.

De acordo com o Gráfico 8, constata-se que na região Viseu Dão-Lafões existem 69 empresas registadas no RNT, de categoria de Animação Turística e de operadores Marítimo-Turísticos.

Num universo de 69 empresas (100%), concentram-se essencialmente nesta região empresas de Animação Turística, com uma percentagem de 90% (62) e apenas 10% (7) de empresas de operadores Marítimo-Turísticos.

Gráfico 8 Empresas de AT e OT na região Viseu Dão-Lafões

Empresas de Animação Turística e operadores Marítimo-Turísticos da região Viseu Dão- Lafões



Fonte: RNT- Elaboração própria

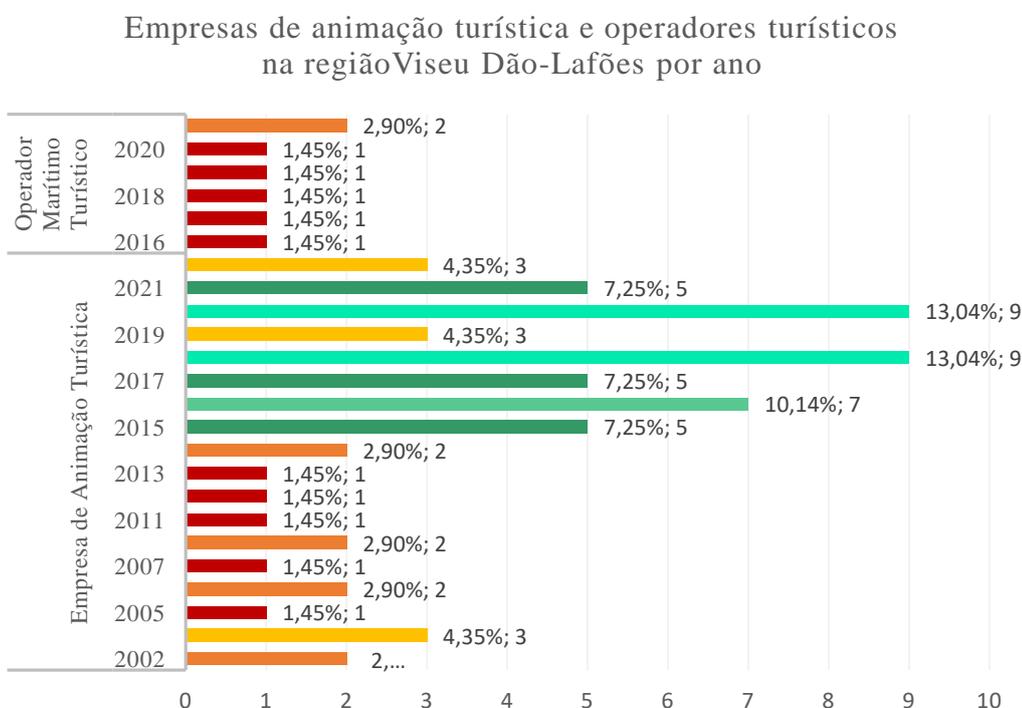
Em relação ao número de registos anuais das empresas de AT e Marítimo-Turísticos no RNT constata-se que existem anos com mais registos do que outros. Este cenário é possivelmente justificado por fatores como as crises económicas e sanitárias descritas na revisão da literatura, assim como o crescimento turístico causada pelo aumento do número de turistas.

De acordo com as escalas de cor utilizadas no Gráfico 9, nomeadamente, o vermelho, o laranja e o amarelo, representam menos registos de novas empresas no setor da animação turística na região Viseu Dão-Lafões. Por outro lado, é assinalado através dos tons verdes, um crescimento do número de registos. Desta forma, pode-se analisar que entre os anos de 2004 e 2013, o investimento nesta área obteve uma percentagem de 1,45% (1). A contrariar esta tendência, surgem os anos 2015 até 2018, em que se verificou uma subida na abertura de novas empresas de Animação Turística, tendo valores a oscilar entre 7,25% (5) e 13, 04% (9).

Os anos mais representativos foram 2018 e 2020, verificado pelo crescimento exponencial com percentagem de 13, 04 (N=9). Contudo, 2019 foi caracterizado pelo retrocesso comparativamente ano anterior e sucessor, com percentagem de 4,35% (N=3).

Os recursos disponíveis nesta região maioritariamente terrestre dita o facto de existirem mais empresas de Animação Turística do que Marítimo-Turísticos, não sendo por isso tão viável a operação de empresas de operadores Marítimo-Turísticos.

Gráfico 9 - Empresas de AT e OT na região Viseu Dão-Lafões por ano



Fonte: RNT- Elaboração própria

Após o estágio, tornou-se necessário analisar melhor as empresas da região Viseu Dão-Lafões de forma a complementar os dados das mesmas. Objetivou-se encontrar dados financeiros sobre as empresas, recorrendo à plataforma disponibilizada pelo ISLA (SABI).

Pretendeu-se retirar informações como o capital próprio, o volume de negócios, o número de trabalhadores, os custos com pessoal, a margem de lucro, o total do ativo e o resultado líquido do ativo. Estes indicadores têm como principal função avaliar o desempenho das empresas de Animação Turística ao longo dos anos, mais concretamente nos últimos dois anos, ou seja, 2019 e 2020. Este passo foi fulcral para, a par dos resultados posteriormente obtidos das entrevistas, se consiga perceber adicionalmente o impacto que a COVID-19 exerceu sobre as empresas nos anos de 2019 e 2020 através de um balanço de todos os indicadores a cima referidos, como remete para o Apêndice IX.

De acordo com estes dados deste apêndice, a empresa Carcorest nunca apresentou resultados em todos os campos de avaliação, quer no ano de 219, quer em 2020. O cenário repete-se na empresa Maurício Rafael Almeida e Moinhos do dão.

Os Empreendimentos turísticos Montebelo, a empresa Etnoideia e a Quinta do Fermil não apresentaram resultados do capital próprio, assim como com os custos do pessoal, margem de lucro, nº de empregados e resultado líquido do exercício, total do ativo e volume de negócios no ano de 2020. Contudo, apesar de terem resultados um pouco baixos no ano de 2019, foi de um modo geral mais positivo.

A empresa Santacastta mostrou resultados negativos no ano de 2020 em todos os campos de estudo destacando o capital próprio com resultados de -1474, assim como o resultado líquido -111,64 e margem de lucro -8494. Não é possível comparar com o ano de 2019 pois a empresa não prestou qualquer informação. No que respeita ao número de colaboradores, houve em média uma redução de 1 a 3 pessoas por empresa, porém sublinha-se que existiram outras empresas com maior número de despedimentos, como é o caso dos 3rios com 12 demissões, a AHPV passou de 307 para 276 (menos 31) e as atividades turísticas weekend com uma diminuição de 164 para 116 (menos 48). Estas mesmas empresas são aquelas que a nível do total do ativo, do volume de negócios e do capital próprio foram bastante positivas em relação às outras empresas, nos dois anos de estudo.

Genericamente, pode-se concluir que de facto há uma diferença de valores entre o ano 2019 e 2020 podendo estar ou não diretamente relacionadas com o impacto da COVID-19. Isto significa que em 2020 houve uma quebra global dos valores comparativamente a 2019.

### 3.2. Análise de dados

O terceiro capítulo desta tese plasma os resultados obtidos durante o desenvolvimento da investigação empírica. Todos os resultados das entrevistas são expostos, estudados e discutidos com o intuito de comprovar a pergunta de partida sendo esta: De que forma a situação epidemiológica entre 2020 e 2021 (COVID-19) teve impacto nas empresas de Animação Turística? Assim, a partir Registo Nacional de Turismo (RNT) foi possível selecionar uma amostra de 69 empresas na região Viseu Dão-Lafões, constituindo por isso uma amostra por conveniência. Devido à necessidade de outras informações relativas às empresas não disponíveis no RNT como capital próprio, custos com pessoal, números de trabalhadores, total do ativo e resultado líquido do exercício, foi necessário recorrer á plataforma SABI facultada pelo ISLA, para aceder a esses mesmos dados.

Estes indicadores têm como principal função avaliar o desempenho das empresas de Animação Turística ao longo dos anos, mais concretamente nos últimos dois anos, ou seja, 2020 e 2021.

Contudo, a plataforma não permite visualizar todas as empresas do RNT, como estão representadas no Apêndice IX pois esta automaticamente, seleciona apenas as designadas Lda e unipessoal por quotas, colocando por exclusão de parte as outras. Assim, das 69 empresas de AT disponíveis no RNT, apenas 46 estão inseridas na plataforma SABI. Consequentemente, foi necessário um cruzamento de dados entre estas duas fontes, e foi possível concluir que 5 empresas entraram em insolvência, reduzindo por isso a amostra para 41 empresas. De referir que as empresas são as seguintes: Frota VIP (transporte personalizado, Nómadas (turismo de aventura, Lda), Propostas e itinerários, Lda, Raminhos de tomilho Lda, Turiscaramulo (empreendimentos turísticos do caramulo, S.A), Vistuk (Animação Turística, Lda).

Para avaliar o desempenho destas empresas, realizou-se um inquérito/entrevista por telefone às empresas de Animação Turística da região Viseu Dão-Lafões. O tipo de entrevista utilizada foi a semiestruturada, uma vez que existiram questões fechadas, mas também abertas, permitindo assim ao entrevistado ter maior abertura na resposta. Após a recolha das respostas, os dados serão tratados qualitativamente, uma vez que uma análise quantitativa só é possível a partir dos dados numéricos gerados a partir de entrevistas estruturadas. Comtempla-se por isso que a entrevista será semiestruturada e tem como finalidade obter dados maioritariamente de respostas abertas e fechadas.

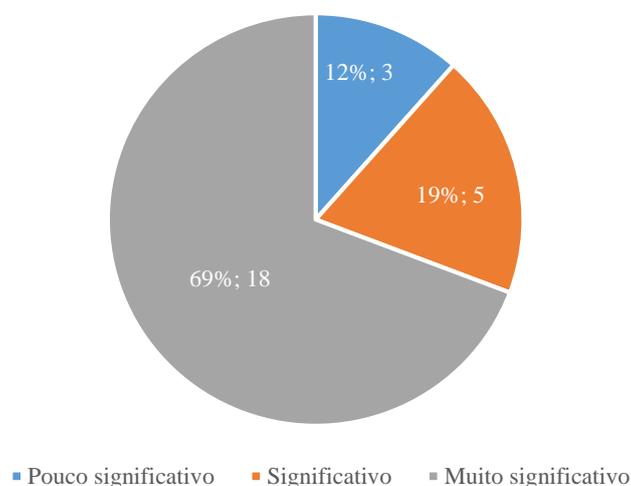
Surge no Apêndice X uma tabela explicativa com todas as informações sobre as entrevistas, englobando as empresas contactadas, o dia em que se realizou esse contacto, a hora e algumas notas sobre a realização ou não dos questionários aos inquiridos.

### **Como considera, numa escala de 1 a 3, o impacto COVID -19 na sua empresa?**

Como análise dos dados, a primeira pergunta objetiva perceber o impacto das empresas devido à COVID-19 (Gráfico 10). A maioria das empresas respondeu que foi “Muito significativo”, correspondendo a 18 empresas 69%, seguido de “Significativo” com uma representatividade de 5 empresas (19%). Do universo de 26 empresas apenas 12% (3) disseram que foi “Pouco significativo”.

Gráfico 10- O impacto da COVID-19 nas empresas

O impacto da COVID-19 nas empresas

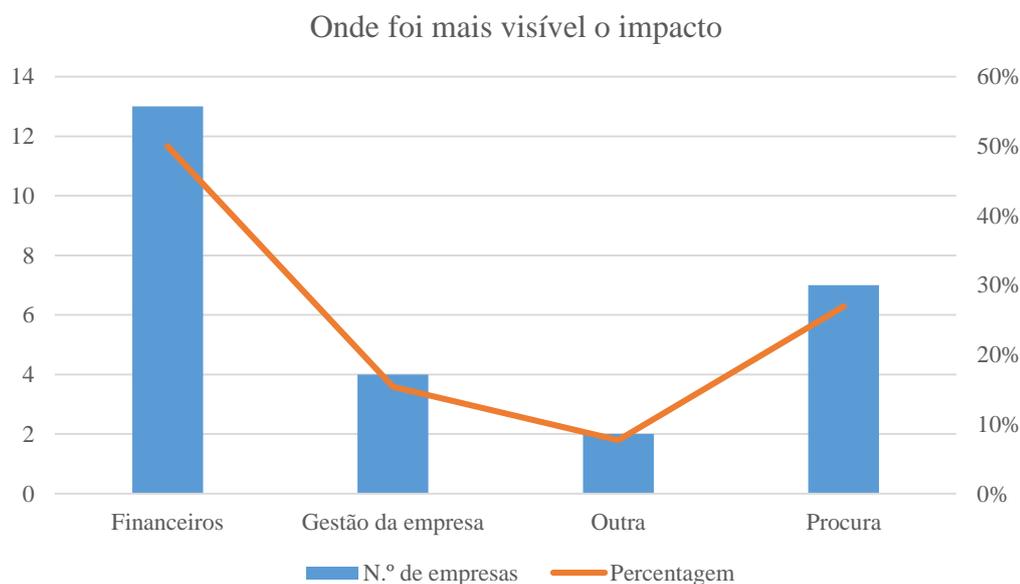


Fonte: Elaboração própria

### Onde foi mais visível o impacto da COVID-19 na sua empresa?

O Gráfico 11 permitiu avaliar onde foi mais visível o impacto da COVID-19, sendo a nível financeiro o fator com maior votação por parte das empresas, uma vez que num universo de 26 empresas, 13 consideraram ter tido um impacto maior financeiramente. Contudo, a procura também teve peso nesta análise com 27 % (7) e a gestão da empresa, com 15% do total (4). De salientar que 2 empresas citaram outras opções como Gestão de clientes e capital próprio.

Gráfico 11- Onde foi mais visível o impacto



Fonte: Elaboração própria

### No ano de 2020, como foi o resultado, em termos financeiros?

Para perceber melhor o impacto da COVID-19 a nível financeiro, fez-se um balanço do ano 2020 e 2021 (Gráfico 12). No ano de 2020, 62 % (16) empresas obtiveram resultados financeiros negativos. Apenas 38% (10) obtiveram resultados positivos devido a fatores como reservas anteriores, sazonalidade e fundo de maneoio.

Gráfico 12 – Resultados financeiros em 2020



Fonte: Elaboração própria

Para ambas as opções de negativo e positivo, redirecionou-se para uma escala de percentagens (0-25%; 25-50%; 50-75%; 75-100%) no ano de 2020 e no ano de 2021, com o objetivo de perceber o quanto foi sentido esse impacto.

### Como quantifica, numa escala de 0% a 100%, o impacto sentido- Positivo?

Clarifica-se que 60% das empresas (6) afirmam que o impacto positivo incidiu numa percentagem de 50-75%, enquanto que 40% (4) está direcionada a uma percentagem de 25-50%. Ou seja, num total de 10 respostas positivas, 6 empresas salientaram uma percentagem de 50-75% e 4 empresas a percentagem de 25-50%. A percentagem de 0-25% e 75-100% não obteve nenhuma qualificação.

Gráfico 13- Resultados de 2020 positivo

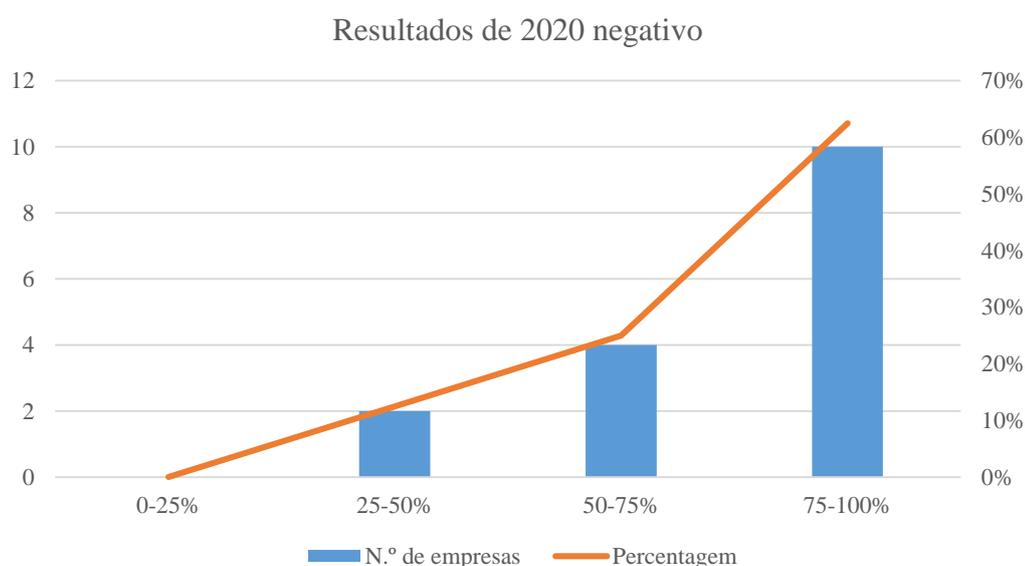


Fonte: Elaboração própria

### Como quantifica, numa escala de 0% a 100%, o impacto sentido- Negativo?

No que respeita ao impacto negativo, 63% (10) das empresas selecionou a percentagem dos 75%-100%. Segue-se 25 %, em que (4) dizem ter sentido impacto nos 50-75% e numa percentagem mais reduzida, teve uma incidência de 12% (2) na escala de 25-50%. Ou seja, das 16 respostas negativas, 10 empresas afirmam ter tido a percentagem de 75%-100%, 4 empresas uma percentagem de 50-75% e 2 empresas a percentagem de 25-50%. Apenas a percentagem de 0-25% não obteve classificações (Gráfico 14).

Gráfico 14- Resultados de 2020 negativo



Fonte: Elaboração própria

### No ano de 2021, como foi o resultado, em termos financeiros

Relativamente ao ano de 2021, é possível concluir que os resultados foram ligeiramente positivos, aumentando 27 % (7) das empresas relativamente ao ano de 2020 (Gráfico 15). Verificou-se por isso que algumas empresas não sentiram tão negativamente os impactos devido à evolução da pandemia, experiência vivida no ano transato e liberalização de algumas atividades turísticas. Assim, apenas 35 % (9) das empresas sentiu negativamente e a nível positivo, 65% (N=17) das empresas sentiu positivamente.

Gráfico 15- Resultados financeiros 2021

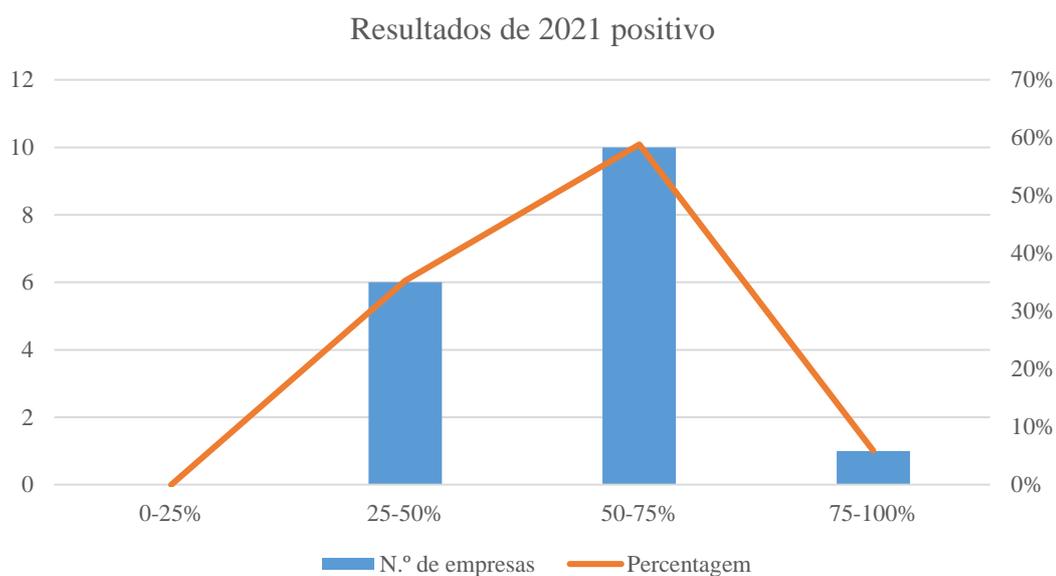


Fonte: Elaboração própria

### Como quantifica, numa escala de 0% a 100%, o impacto sentido- Positivo?

No que concerne ao impacto positivo, 59 % (10) das empresas indicaram que a maior percentagem corresponde a 50-75%. Prossegue-se 35 % (6), correspondente à segunda percentagem mais escolhida entre os 25-50% e 6 % (1) associada à percentagem 75-100%. Ou seja, num universo de 17 empresas, 10 percecionaram 50-75%, 6 empresas 25-50% e 1 empresa 75-100%. Apenas a percentagem de 0-25% não obteve classificações (Gráfico 16).

Gráfico 16- Resultados de 2021 Positivo

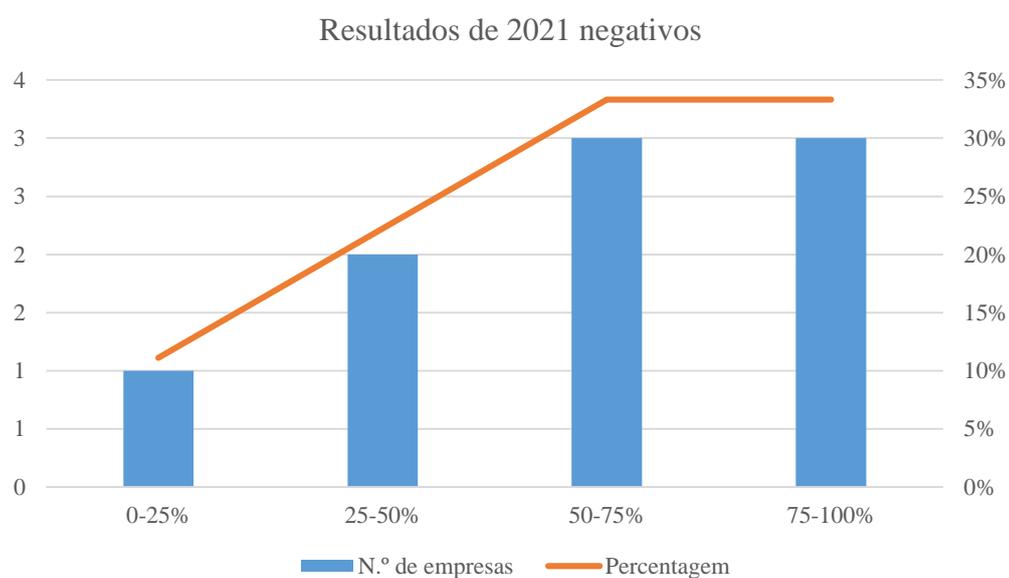


Fonte: Elaboração própria

### Como quantifica, numa escala de 0% a 100%, o impacto sentido?

A nível do impacto negativo, as percentagens 50-75% e 75%-100% apresenta cada uma delas uma amostra de (3). A percentagem 25-50% teve duas respostas (2) e 0-25% apenas uma (1).

Gráfico 17- Resultados de 2021 negativo

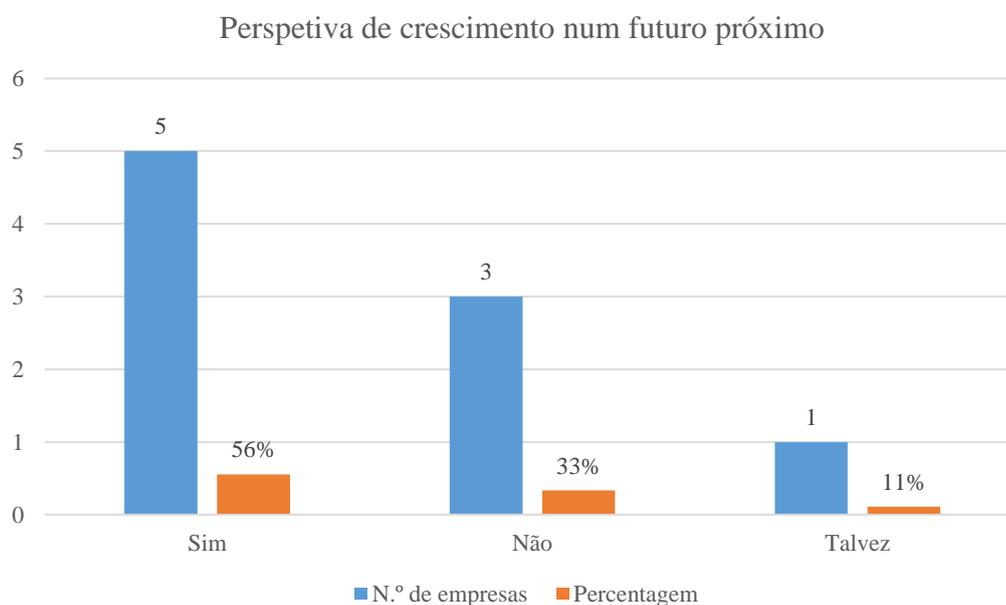


Fonte: Elaboração própria

### Prevê, que num futuro próximo, a sua empresa venha/continue a crescer?

Nesta seção, caso as empresas selecionassem negativo, automaticamente reencaminhava para outra pergunta com o objetivo de perceber se a empresa num futuro próximo perspectiva crescer. De acordo com o Gráfico 18, podemos constatar que 56% (5) afirmam que a sua empresa crescerá num futuro próximo. Com uma avaliação de 33% (3), os inquiridos calculam que “NÃO”. Por outro lado, 11% (1) manifesta algumas dúvidas.

Gráfico 18- Perspetiva de crescimento num futuro próximo

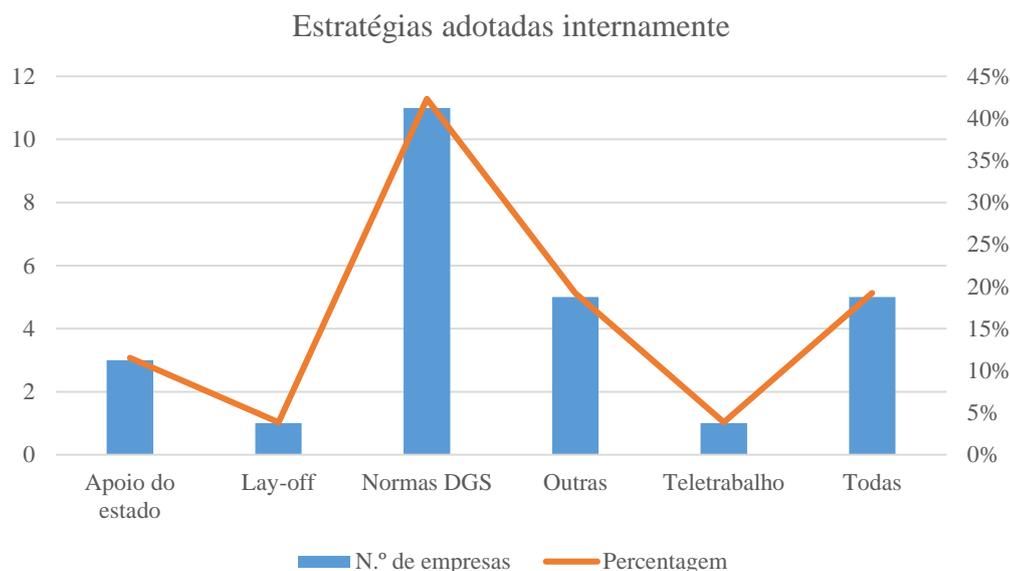


Fonte: Elaboração própria

### Internamente, quais foram as estratégias que a sua empresa adota/adotou?

Neste seguimento, é importante também analisar a forma como as empresas se adaptaram á realidade COVID-19, sendo por isso relevante mencionar que o selo Clean & safe, novos canais de comunicação, ações de marketing e comunicação constituem novas estratégias. Posto isto, o conjunto destas 3 medidas representam 35% (9), seguido do Selo Clean & Safe com uma representatividade de 31% (8), ações de marketing com 15% (4) e novos canais de comunicação com 12% (3). Surgem também outras opções como fidelização de clientes e procura de novos mercados

Gráfico 19- Estratégias adotadas internamente



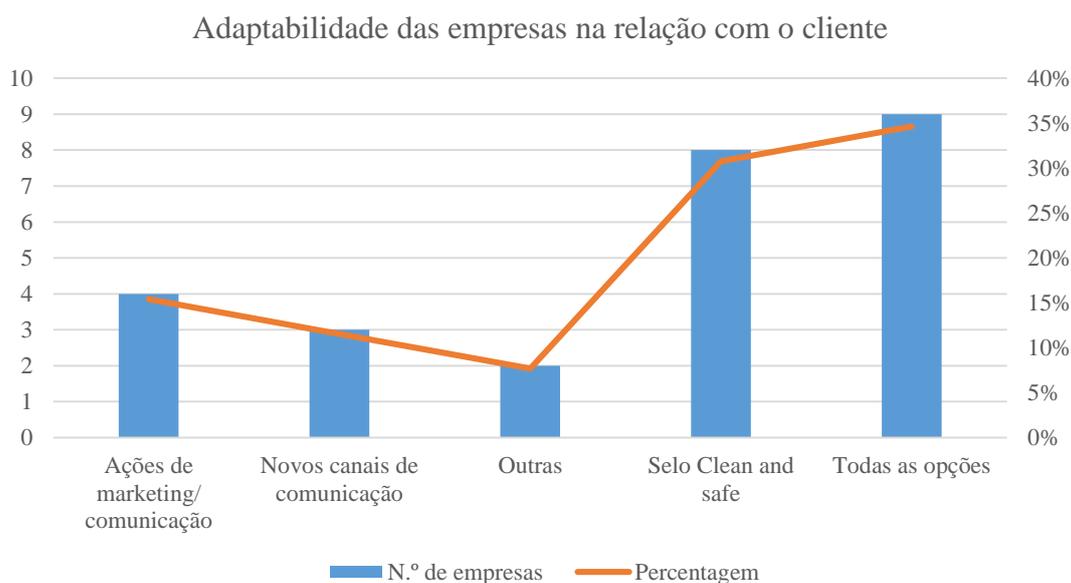
Fonte: Elaboração própria

### De que forma, a sua empresa se adaptou a esta realidade no que diz respeito à relação com o cliente?

Relativamente à relação das empresas com os clientes, estas adaptaram-se á realidade COVID-19 através das medidas descritas na revisão da literatura como o *Lay off*, Apoio do estado, Normas DGS e Teletrabalho. Todos estes fatores em conjunto constituem uma fatia de 19% (5). Ressalta-se as normas DGS pelo facto de todas as empresas considerarem esse fator como obrigatório e por isso importante para a segurança de todos.

O teletrabalho e o *Lay-off* constituem apenas 1 empresa em cada fator. Contudo, 5 empresas apontaram outras estratégias como a gestão de redução de despesas, novos mercados, entidades privadas como a AHRESP, outros nichos de mercado e ainda a inexistência de estratégia pois não houve procura (Gráfico 20).

Gráfico 20- Adaptabilidade das empresas na relação com o cliente

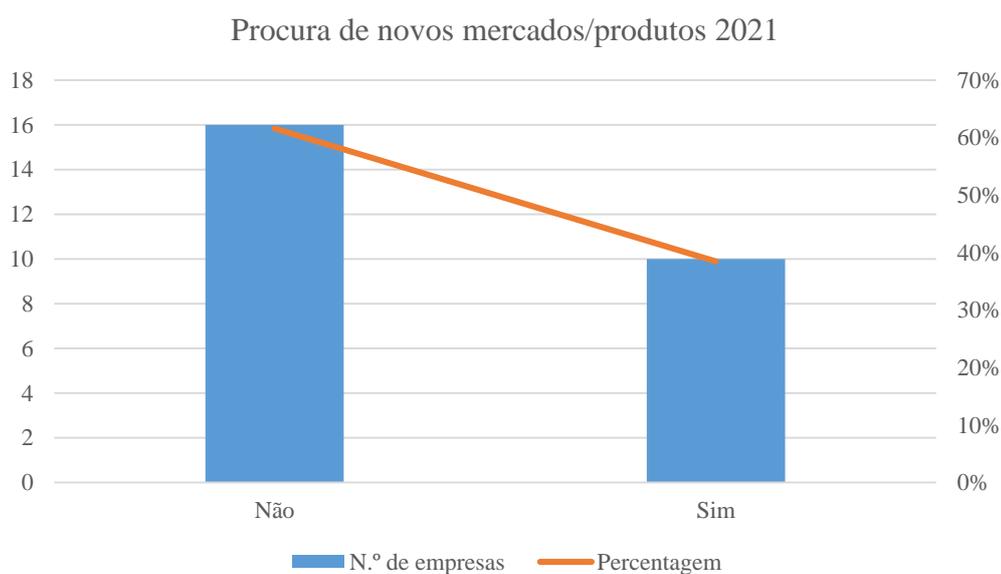


Fonte: Elaboração própria

### A instabilidade de 2021 promoveu a procura de novos mercados/ produtos?

Numa última análise, pretendeu-se saber se esta instabilidade causada pela covid-19 trouxe a procura de novos mercados ou produtos. Concluiu-se, portanto, que 62% (16) das empresas sentiram necessidade de procurar outros produtos / mercados e 38% (10) não sentiu essa necessidade.

Gráfico 21- Procura de novos produtos/ mercados em 2021



Fonte: Elaboração própria

### 3.2.1. Impactos e reação à COVID-19

Para além das entrevistas, deu-se oportunidade às empresas de relatarem algo mais do que as perguntas previamente definidas. Desta forma, 5 empresas contribuíram para que esta realidade fosse possível. A Associação Hípica Psicomotora de Viseu (AHPV) afirma ser reconhecida por lei como uma IPSS devido aos seus três polos designados por: centro de desenvolvimento infantil, centro equestre e centro de atividades e capacitação para a inclusão, não podendo por isso receber qualquer tipo de apoio por parte do estado, contando somente com a linha de apoio às empresas de Animação Turística.

A Black and Blue investimentos deixou de existir e passou a ser Costa do Sol. Como sendo uma empresa recente, a realidade COVID-19 é a única realidade vivida tendo o apoio de entidades como a AHRESP. Não sentiram impacto a nível de colabores, a nível de novos mercados nem a nível de procura pois conseguiram manter os parceiros, assim como a fidelização dos clientes. O caso da Ritualterra é um pouco diferente das anteriores pois em 2018, o mercado do turismo deixou de ter interesse. Até 2018, a parceria com o sócio englobava parte agrícola e de turismo, sobretudo passeios de todo-o-terreno. Este cenário era possível devido ao facto de um dos sócios deter um hotel e contratava/vendia os serviços de animação ao outro sócio. O fator COVID-19 veio afetar esta linha de negócio.

A Emotions and Balance assevera que a comunicação social passou a ter um poder importante na tomada de decisão dos consumidores uma vez que sentiu uma grande manipulação das mesmas nas restrições, aumentando a procura. Isto porque à medida que o governo aliviava as restrições, o consumidor agendava reservas sob influência das notícias. Porém, esta insegurança terá sido fomentada pelo restabelecimento das medidas de contenção, o que veio manifestar-se negativamente a nível das reservas. Esta empresa afirma pertencer às Termas de São Pedro do Sul, assim como a pensão David. Adaptando a descrição anterior, a Emotions and Balance afirma que, contrariamente ao que se verificava em anos anteriores, o termalista deixou de passar a ser essencialmente sénior, para pertencer a uma camada mais jovem. Por outro lado, aquando da pandemia, o cliente procurou uma maior diversidade de produtos não se limitando apenas a tratamentos nomeadamente visitas e estadias, impulsionando desta forma o turismo de natureza.

Para Isabel Fernandes, a sua empresa obteve resultados negativos no ano de 2020, principalmente a nível financeiro resultantes da baixa procura. No ano de 2021 houve ligeiras melhorias, mas retornou a não existir reservas como anteriormente registadas pois dependem do alojamento.

Os consumidores deste serviço passaram a ser definidos por casais e filhos, o que obrigou a oferecer propostas diferentes aos clientes. Por fim, a empresa Sportnatura detém três vertentes como os eventos, as atividades infantis e de natureza. Todas estas sentiram impactos a nível financeiro e do número de colaboradores. O facto de ser uma empresa sócio-gerente não teve qualquer apoio do estado, apesar de se sentir uma ambiguidade nas decisões. Isto porque não possuiu ajudas e foi obrigado a continuar a pagar seguros, como por exemplo o seguro automóvel e o seguro das atividades de animação de natureza mesmo não estando a usufruir dos serviços. Quando estavam proibidos de realizar qualquer atividade, as datas e atividades previamente marcadas no ano 2020, automaticamente transitaram para 2021, considerando por isso um ano de prejuízo.

Estes eventos e atividades obrigaram a adiar outros serviços e novos investimentos levando a um inerente aumento dos preços para suportar as despesas e uma redução do número de participantes por grupo para manter qualidade. Apesar da COVID-19 ter atrasado todas as atividades devido às restrições, o selo Clean&safe veio atenuar os impactos sentidos pois transmitiu segurança ao cliente. A Sportnatura remata a entrevista ao afirmar que sente uma concorrência desleal pois o Caramulo elabora rotas gratuitas, o que impulsiona grande parte das pessoas a optar pelas gratuitas ao invés de pagar um serviço. Considera ainda que a população em geral conseguiu poupar algum dinheiro durante os anos de confinamento e hoje, gastam menos em coisas superficiais como festas e casamentos.

Como reação à COVID-19, uma parte das empresas não conseguiu suportar as despesas e conseqüentemente teve dificuldades em retomar a sua atividade, ou seja, aumentou a probabilidade de não conseguirem reerguer-se. Assim se explica que muitas das empresas acabaram mesmo por encerrar a sua atividade por estes fatores. Num caso único, o COVID-19 permitiu perceber que a área onde se insere a empresa, não correspondia às expectativas e por isso uma coisa encaminhou a outra.

Em termos de aplicabilidade afirma-se que de facto, este vírus veio mudar ideias por parte da população, das empresas, do estado/DGS e do turismo. Isto porque vivenciou-se algo nunca experienciado e de certa forma, alterou rotinas e hábitos como por exemplo, o consumidor tornou-se mais calculista em gastar dinheiro, mas aposta em alternativas mais simples como turismo de natureza. As empresas também sentiram apreensão pois ficaram mais suscetíveis financeiramente, apesar do aumento de custos. O estado/ DGS e o turismo foram testados na rapidez da implementação de medidas, assim como na criação de estratégias de recuperação.

## Parte IV-Análise e discussão de resultados

Toda a investigação versa no fenómeno recente COVID-19 e por isso importa agora comparar dados ou informações com outros estudos. Objetivando a elaboração de discussão de resultados, a cada estudo foi atribuído um número de 1 a 3 para facilitar o processo sendo (1) António (2022) - *Impulsão das Micro, Pequenas e Médias Empresas de Turismo em Angola: diagnóstico do sector e consequências da Pandemia COVID-19*. Instituto Superior de Gestão Mestrado; (2) Santos (2022) - *O impacto da Covid-19 nas agências de viagens: um estudo na Região Centro de Portugal* (Issue 65) [Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu]; (3) Dionísio & Rodrigues (2021) - *Adoção do selo “Clean & Safe” em tempos de Covid-19: Oportunidades e desafios para a inovação e reinvenção no sector da animação turística em Portugal?*.

O estudo 1 teve como principal foco enviar às empresas (MPME) disponibilizadas nos diferentes diretórios e redes sociais ligadas ao turismo um email com um link redirecionado para o Google forms. Foram validadas apenas 52 respostas da amostra inicial de 250 devido ao avanço da Pandemia. O estudo 2 optou pelo mesmo método que o estudo 1 pois o inquérito também foi realizado na plataforma Google forms com envio de email a todas as 318 agências de viagens localizadas nos distritos de Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Leiria, Guarda e Viseu. O estudo 3 dividiu-se em dois momentos de recolha de dados sendo o primeiro correspondente a uma análise exploratória de diversos websites de empresas registadas como agentes de AT que solicitaram o selo Clean& safe e o segundo a uma entrevista semiestruturada às empresas que previamente foram estudadas e selecionadas intencionalmente. Contudo, a amostra inicial constituída por 10 empresas com base na informação referente ao selo, passou a ser de 6 após o envio das perguntas para serem respondidas por escrito.

Este desafio passa, numa primeira análise, por reconhecer que de facto, a COVID-19 sentiu-se significativamente e os efeitos da pandemia foram considerados negativos. Ou seja, comparando os resultados da presente investigação com o estudo 1, conclui-se que 69% das empresas de AT afirmam ter sentido significativamente o impacto da COVID-19 e 44, 23% alega que os efeitos gerados pela Pandemia foram “Negativos”, seguido de “Muito negativo” com 34,62% (António, 2022).

Tendo em consideração estes impactos, incumbe agora procurar a perceção dos inquiridos face às autoridades. Para António (2022), 53,85% dos seus inquiridos considerou “Inadequado” o comportamento, seguido de “Adequado” com 21,15%.

Reforça-se esta conclusão com a descrição feita pelas empresas de AT ao longo das entrevistas da presente investigação pois estas sentiram-se como “bolas de ping-pong” com as medidas projetadas pelo governo, não estando por isso muito satisfeito com o desempenho das autoridades.

Em termos de medidas adotadas durante a realidade COVID-19, e mantendo o paralelo entre a presente investigação e o estudo 1, verificou-se no estudo 1 que 32,69% dos inquiridos respondeu que a medida mais utilizada foi o Teletrabalho (António, 2022). Contrariamente aos resultados do presente estudo, esta medida teve apenas uma representatividade de 4% não sendo a mais votada, mas sim as Normas DGS.

Complementando a descrição anterior, mas para as Agências de Viagens, o estudo 2 conclui que 72% aderiram ao Teletrabalho e cerca de 28% optaram por não aderir (Santos, 2022). Também é possível verificar que em março de 2020, 60% dos funcionários das Agências encontravam-se em Teletrabalho sendo que os meses de abril, maio e junho verificaram uma descida visível dos mesmos com 20%, 8% e 4% respetivamente (Santos, 2022).

Para além do Teletrabalho, existiram outras medidas como as Linhas de apoio e o selo Clean&safe. Relativamente às Linhas de apoio, Santos (2022) afirma que a Linha de apoio à tesouraria para micro e pequenas empresas do turismo teve, num total de 68, 35 votos (51%). Para a obtenção do selo Clean&safe, segundo o estudo 3, foi necessário uma reorganização e preocupação para cumprir com os requisitos de certificação. Apostou-se em técnicas inovadoras de comunicação e divulgação por meio da digitalização como as redes sociais e plataformas de comunicação, venda e divulgação (Dionísio & Rodrigues, 2021). O presente estudo complementa esta visão uma vez que comprova que o selo Clean&safe (31%), Novos canais de comunicação (12%) e Ações de Marketing/Comunicação (15%) constituíram fatores de adaptação por parte das empresas com os clientes.

## Parte V- Conclusões

Cumpra agora uma análise final de todo o trabalho tendo como primeira conclusão que em Portugal, a Primeira República e o Estado Novo permitiram fortalecer as conceções específicas do turismo nacional. Considerando o turismo como ele hoje é vivido, este desencadeou uma visão mais ampla e captou a atenção particular da parte dos governantes, por ser considerado como uma componente chave facilmente flexível no processo de asserção ou reconfiguração das identidades nacionais.

Numa segunda reflexão, admite-se que a COVID-19 teve impactos em todas as áreas não sendo o turismo diferente nem as empresas de Animação Turística. De forma a entender estatisticamente o impacto da COVID-19 no turismo, contemplou-se uma análise aos dados estatísticos disponíveis pelo INE e Banco de Portugal. No turismo, a pandemia causou uma redução no número de hóspedes e nas dormidas em 2020 comparativamente a 2019. O mesmo se reflete no número de chegadas a Portugal de turistas não residentes. O principal mercado emissor de turistas internacionais foi em 2019, o mercado Espanhol, seguido do Francês. No ano de 2021, a Espanha manteve-se como o principal mercado emissor, continuando também a França como o segundo mercado.

A balança de viagens e turismo em Portugal avalia que quebra acentuada no ano de 2020 em relação a 2019 resultante da situação pandémica, o que significa -10 574,57€ nas exportações, -8 193,77€ no saldo e -2380,8€ nas importações. A taxa de variação anual do volume de negócios do setor obteve a maior descida em 2020 e o seu pico em 2021. No caso do número de empresas por classe de dimensão, verifica-se que 90% são microempresas e 7 a 9% pequenas empresas. O número de pessoas ao serviço por Classe conclui que a nível das microempresas, houve um gradual decréscimo do número de pessoas ao serviço desde 2012 até 2019, aumentando em 2020.

Fruto destes impactos, o objetivo deste estudo consiste em perceber qual o efeito que a pandemia teve nas empresas de Animação Turística através da realização de inquéritos por entrevistas. Os critérios de seleção da área de estudo incidiram na região Viseu Dão-Lafões e por isso, as empresas corresponderam a uma amostra por conveniência.

Convergindo para a análise dos dados, é possível constatar que a COVID-19 teve impacto maioritariamente negativo nas empresas, especialmente no ano de 2020.

No ano seguinte percebeu-se que foi ligeiramente melhor pois as medidas sanitárias foram atenuadas, assim como a disseminação do vírus.

A larga maioria dos dados que sustenta esta análise observa que as empresas estavam sujeitas às medidas projetadas pelo governo para atenuar o risco de contágios e propagação. Tendo em conta estas medidas, as empresas foram obrigadas a adaptar-se à realidade, acautelando todas as precauções necessárias para redução de contágio. Surge para o efeito o selo Clean & safe, novos canais de comunicação, ações de marketing e comunicação como as 3 medidas mais adotadas por parte das empresas. Ressalta-se também as normas DGS pelo facto de todas as empresas considerarem esse fator como obrigatório e por isso importante para a segurança de todos.

Explorou-se ainda uma pesquisa aos dados financeiros das empresas pois permitiu, a par dos resultados obtidos das entrevistas, elaborar um balanço de 2019 e 2020. Portanto, de acordo com o SABI, verifica-se uma elevada probabilidade de a pandemia não ter sido causa do encerramento de algumas empresas pois é visível uma diminuição gradual dos números de empresas no setor do turismo, assim como no número de trabalhadores por classe ao longo de anos anteriores a 2019. De facto, as empresas Frota VIP (transporte personalizado, Nómadas (turismo de aventura, Lda), Propostas e itinerários, Lda, Raminhos de tomilho Lda, Turiscaramulo (empreendimentos turísticos do caramulo, S.A), Vistuk (Animação Turística, Lda) mostraram uma performance nos anos 2019 e 2020 menos positiva comparativamente com outras empresas.

De um prisma universal, totaliza-se que de facto a COVID-19 teve consequências no Turismo, nas empresas e nas empresas de Animação Turística. É certo que para algumas empresas, esses impactos não foram tão nefastos, mas ainda assim teve repercussões no exercer da atividade. Este problema radicou o encerramento de algumas empresas como se verificou na análise dos dados, mas também já algumas empresas já detinham um impacto negativo em 2019 e conseqüentemente, consideraram o ano 2020 como a “gota de água”.

#### 4.1. Limitações

A nível do estudo empírico, houve limitações na realização das entrevistas. Para além da redução das 69 empresas iniciais para as 46 devido à utilização do SABI, 5 empresas apresentaram insolvência, diminuindo a amostra para o total de 41 empresas. Após o contacto de todas as empresas, contacta-se que mais de metade das empresas selecionadas da amostra não foram alcançáveis pois o contacto telefónico estava indisponível, não mostraram disponibilidade após várias tentativas de ligação ou não pretenderam participar em inquéritos académicos. Consequentemente, o número de respostas dos questionários foi reduzido, limitando a precisão dos resultados e comprometendo a veracidade dos dados.

Uma outra limitação reflete uma lacuna na revisão da literatura. Ressalva-se uma escassez de artigos científicos relativos à parte inicial do trabalho assemelhando-se aos sindicatos e associações. Numa primeira fase da realização do estudo, verificou-se um reduzido número de artigos/estudos sobre o fenómeno COVID-19, mais concretamente nas empresas de Animação Turística, influenciado pelo facto de ser um fenómeno recente. No decorrer do estudo foram surgindo casos específicos de estudo e mais artigos sobre esta pandemia. Até então não existe nenhuma referência equiparada ao presente estudo, sendo por isso fulcral que exista continuidade do mesmo.

Uma das curiosidades interessantes perceptível na fase final do estudo foi o facto de surgirem cada vez mais artigos científicos sobre o impacto da COVID-19 na saúde mental e na adaptabilidade da transição física para online, assim como as consequências da vacina.

#### 4.2. Contributos

No que respeita aos contributos que o presente estudo trouxe, estes objetivam colaborar para a ciência e para a investigação pois contribuiu para o desenvolvimento de estudos futuros. Desta forma, pretende-se impulsionar a realização de mais trabalhos e estudos sobre esta temática. Permitiu perceber o impacto que a COVID-19 teve nas empresas de Animação Turística, assim como para uma melhor compreensão de todo o processo pandémico e medidas adotadas.

### 4.3. Propostas para futuras investigações

Uma das sugestões feita pela empresa Isabel Fernandes, de forma a alcançar mais leitores seria publicar este estudo na comunidade intermunicipal (CIM) de Viseu Dão-Lafões pois constitui fonte de informação sobre a região de estudo.

Para a região Dão- Lafões é importante que exista continuidade de mais trabalhos informativos sobre esta temática nesta região de estudo. Considera-se, portanto, essencial, perceber se a COVID-19 teve/tem influência na escolha ou não desta região para lazer ou outros motivos.

Outro constructo interessante de explorar seria um trabalho nesta área de estudo de forma a avaliar o após COVID-19, ou seja, numa próxima investigação, analisar os mesmos dados das empresas na região Viseu Dão-Lafões e verificar o seu progresso.

Recomenda-se a outros investigadores elaborem um plano estratégico para as empresas utilizarem em futuras limitações, de forma a atenuar os impactos causados.

Desafia-se também aos próximos cientistas que, num contexto idêntico, recorram a dissemelhantes unidades / realidades e diferente amostra para que seja possível comparar dados.

## 5. Referências bibliográficas

- Academia das Ciências de Lisboa. (2001). *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* (p. 3014). Verbo.
- AHRESP. (2022). *Quem somos*. AHRESP. <https://ahresp.com/a-associação/quem-somos/>
- Almeida, P. (2004). A gestão da animação turística como sustentação do aumento das taxas de ocupação. *Revista de Turismo e Desenvolvimento*, 1(2), 23–30.
- Almeida, P., & Araujo, S. (2012). *Introdução à Gestão de Animação Turística*. Lidel-Edições Técnicas.
- Almeida, P., & Araújo, S. (2017). *Introdução à Gestão de Animação Turística* (2ª).
- Ander-Egg, E. (1999). *O Léxico do Animador*. Associação Nacional dos Animadores Socioculturais.
- António, I. (2022). *Impulsionamento das Micro, Pequenas e Médias Empresas de Turismo em Angola: diagnóstico do sector e consequências da Pandemia COVID-19*. Instituto Superior de Gestão Mestrado.
- APAVT. (2019). *Introdução e Historial da Associação*. APAVT. <http://www.apavt.net.pt/quem-somos>
- APECATE. (2021). *A Apecate é uma associação que congrega e representa as empresas de congressos, animação turística e eventos de Portugal*. <https://apecate.pt/>
- Araujo, E., Melchán, J., Bermejo, B., & Ríó, J. (2020). Situation of the colombian tourism sector during the pandemic, a light at the end of the road: Lamentation or call to action? *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, 2020(E36), 295–308. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11197.08162>
- Ataíde, J. (1912). *Relatório do Serviço da Repartição de Turismo do ministério do fomento. Setembro 1911 a Junho 1912*.
- Badaró, R. (2005). A União Européia e o Direito do Turismo: Breves Considerações. In *Cadernos de Direito* (Vol. 1, Issue 2, pp. 93–102). <https://doi.org/10.15600/2238-1228/cd.v1n2p93-102>
- Barretto, M. (1997). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*.
- Brito, P. (2011). *Tourism and Third Sector Organisations—Strangers or Partners*. 8(1), 87–100.
- Cadavez, C. (2017). *A Bem da Nação: As Representações Turísticas no Estado Novo entre 1933 e 1940*. Edições 70.
- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *CUPEA Cuadernos de Política Exterior Argentina*, 7806(131), 115–118. <https://doi.org/10.35305/cc.vi131.85>
- Cave, J., & Dredge, D. (2020). Regenerative tourism needs diverse economic practices. *Tourism Geographies*, 22(3), 503–513. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768434>
- Costa, F. (2011). *Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração*. (1º). Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- Costa, S. (2021). *A Animação Turística como instrumento de valorização do turismo cultural e criativo no Alentejo Litoral*. Universidade do Algarve.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. 5ª Edição atualizada e aumentada.
- Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610–623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>

- Diário da República. (2022). *Despacho Normativo n.º 5/2022 de 9 de fevereiro*. 562–567.
- Diário da República. (2021). *Lei n.º 91/2021 de 17 de dezembro*. 5688–5724.
- Diário da República. (2021). *Lei n.º 1-A/2021 de 13 de janeiro*. 2, 5688–5724.
- Diário da República. (2021). *Lei n.º 13-B/2021*. 2, 2–5. <https://dre.pt/dre/detalhe/lei/13-b-2021-160893638>
- Diário da República. (2021). *Despacho Normativo n.º 8/2021 de 3 de março*. 2(43), 562–567.
- Diário da República. (2021). *Despacho Normativo n.º 22/2021 de 20 de agosto*. 562–567.
- Diário da República. (2021). *Despacho Normativo n.º 11/2021 de 23 de abril*. *Diário Da República*, 2.<sup>a</sup> Série Nº 79, 562–567.
- Diário da República. (2021). Decreto-Lei n.º 9/2021 de 29 de janeiro. *Diário Da República - I Série-B*, 20, 4–206. <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/155732595/details/normal?q=Decreto-Lei+9%2F2021>
- Diário da República. (2021). Decreto-Lei n.º 54-A/2021 de 25 de junho. *Diário Da República - I Série-B*, 27, 5–13.
- Diário da República. (2021). Decreto-Lei n.º 14-F/2020 de 13 de abril. *Diário Da República - I Série-B*, 27, 5–13.
- Diário da República. (2021). Assembleia da república. *Diário Da República*, 1.<sup>a</sup> Série Nº 21, 3, 5688–5724.
- Diário da República. (2020). Resolução da Assembleia da República n.º 16/2020 de 19 de março. *Diário Da República n.º 168/2007, Série I*, 56, 1.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 75-A/2020 de 30 de dezembro*. 2, 5688–5724.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 66/2020 de 4 de novembro*. *Diário Da República*, 1.<sup>a</sup> Série, n.º 215, 5–6.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 58-A/2020 de 30 de setembro*. 2, 5688–5724.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 4-B/2020 de 6 de abril*. 7, 5688–5724.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 4-A/2020 de 6 de abril*. 3, 5688–5724.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 28/2020 de 28 de julho*. 5688–5724.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 1-A/2020 de 19 de março*. 2, 2–5.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 16/2020 de 29 de maio*. 105, 9–17.
- Diário da República. (2020). *Lei n.º 62-A/2020*. *Diário Da República: I Série*, n.º 209, 2, 43(2)–43(3).
- Diário da República. (2020). *Despacho Normativo n.º 4/2020 de 25 de março*.
- Diário da República. (2020). *Despacho Normativo n.º 10/2020 de 9 de setembro*. 562–567.
- Diário da República. (2020). *Decreto-Lei n.º 6-C/2021 de 15 de janeiro*. 10(2), 3179–3182.
- Diário da República. (2020). Decreto-Lei n.º 27-B/2020 de 19 de junho. *Diário Da República - I Série-B*, 27, 5–13.
- Diário da República. (2020). Decreto-Lei n.º 10-G/2020 de 26 de março. *Diário Da República - I Série-B*, 27, 5–13.
- Diário da República. (2020). Decreto-Lei n.º 10-A/2020. *Diário Da República*, 1.<sup>a</sup> Série Nº52, No. 52(2), 22. <https://dre.pt/application/conteudo/130243053>
- Diário da República. (2020). Decreto do Presidente da República 14-A/2020 de 18 de março. *Diário Da República n.º 55/2020, 3º Suplemento, Série I*, 2, 13-(2)–13-(4). <https://dre.pt/web/guest/home/-/dre/130399862/details/maximized>
- Diário da República. (2019). *Lei n.º 99/2019*, de 5 de novembro. *Diário Da Republica*, 3–267. <https://data.dre.pt/eli/lei/99/2019/09/05/p/dre>

- Diário da República. (2019). Decreto-Lei n.º 84/2019, de 28 de junho. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 122*, 3078–3138. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/84/2019/06/28/p/dre>
- Diário da República. (2019). Decreto-Lei n.º 170/2019 de 4 de dezembro. *Diário Da República - I Série-B*, 27, 5–13.
- Diário da República. (2018). *Lei n.º 50/2018 de 16 de agosto*. 2018-08–16, 4102–4108
- Diário da República. (2017). Decreto-Lei n.º 80/2017 de 30 de junho. *Diário Da República, 1(125)*, 3315–3338. <https://dre.pt/web/guest/pesquisa-/search/155732595/details/normal?q=Decreto-Lei+9%2F2021>
- Diário da República. (2016). Lei n.º 7-A/2016 de 30 de março. *Diário Da República, 1ª série* (N.º 62), 1096 (2) -1096-(244). <https://dre.pt/application/file/a/73966319>
- Diário da República. (2016). Lei n.º 42/2016 de 28 de dezembro. *Diário Da República, I* (248), 4875–5107. <https://dre.pt/application/file/a/105630354>
- Diário da República. (2015). Lei n.º 52/2015 de 9 de junho. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 111*, 3667–3685. <https://dre.pt/application/file/a/67443001>
- Diário da República. (2015). Lei n.º 25/2015 de 30 de março. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 62 — 30 de março de 2015*, 5688–5724.
- Diário da República. (2015). Decreto-Lei n.º 186/2015. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 172 — 3 de setembro de 2015*, 172, 6947–6982.
- Diário da República. (2015). *Lei n.º 69/2015 de 16 de julho*.
- Diário da República. (2014). Decreto-Lei n.º 82/2014 de 20 de maio. *Diário Da República n.º 96/2014, Série I de 2014-05-20*, 2898–2904.
- Diário da República. (2014). Decreto-Lei n.º 128/2014 de 29 de agosto do Ministério da Economia. *Diário Da República, 1.ª série* (n.º 166), 4570–4577. <https://dre.pt/application/dir/pdf1s/2014/08/16600/0457004577.pdf>
- Diário da República. (2013). Lei n.º 33/2013 de 16 de maio. *Diário Da República, 1ª Série*, 2912. <https://dre.pt/application/file/261001#page=1&zoom=auto,-107,682>
- Diário da República. (2013). *Lei n.º 14/2020 de 9 de maio*. 1(90-A), 5688–5724.
- Diário da República. (2013). Decreto-Lei n.º 95/2013 de 19 de julho. *Diário Da República, 1ª Série - N.º 138 - 19 de julho de 2013*, 4191–4215. <https://dre.pt/application/dir/pdf1sdip/2013/07/13800/0419104215.pdf>
- Diário da República. (2013). *Declaração de Retificação n.º 20/2020 de 15 de maio*. 5688–5724.
- Diário da República. (2013). 75/2013 Regime jurídico das autarquias locais. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 176 — 12 de setembro de 2013*, 5688–5724. [www.dre.pt](http://www.dre.pt)
- Diário da República. (2012). *Decreto-Lei n.º 111/2012 de 23 de maio*. 1–24.
- Diário da República. (2010). Diário da república. *Diário Da República, 2.ª Série — n.º 163 — 23 de agosto de 2010*
- Diário da República. (2010). *Decreto-Lei n.º 92/2010- Série I de 26 de julho*. 2825–2842.
- Diário da República. (2009). *Decreto-Lei n.º 228/2009 de 14 de setembro*. 178, 6287–6306.
- Diário da República. (2009). Decreto-Lei n.º 191/2009. *Diário Da Republica, 1ªserie*(Nº158), 5336–5341.
- Diário da República. (2009). Decreto-Lei n.º 108/2009 de 15 de maio. *Diário Da República, 1.ª Série — N.º 94 — 15 de maio de 2009*, 3035–3045.
- Diário da República. (2008). *Decreto-Lei n.º 68/2008*. 73, 2193–2197.
- Diário da República. (2008). *Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de abril*.
- Diário da República. (2008). *Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março*. 1440–1456.
- Diário da República. (2007). *Despacho Normativo n.º 12/2021 de 27 de abril*. 562–567.
- Diário da República. (2007). *Despacho Normativo n.º 1/2021 de 11 de janeiro*. 562–567.

- Diário da República. (2007). *Decreto-Lei n.º 141/2007 de 27 de abril*
- Diário da República. (2003). *Decreto-Lei n.º 86/2003 de 26 de abril*. 2682–2686.
- Diário da República. (2002). Decreto-Lei n.º 244/2002 de 5 de novembro. Nº 255 — 5 de novembro de 2002 *Diário Da República*, 7101–7103.
- Diário da República. (2002). *Decreto-Lei n.º 244/2002 de 05 de novembro*. 7102–7103. <http://www.dgterritorio.pt/>
- Diário da República. (2002). *Decreto-Lei n.º 21/2002 de 31 de janeiro*. 7583–7585.
- Diário da República. (2002). Decreto-Lei n.º 108/2002 de 16 de abril. N.º 89 — 16 de abril de 2002 *Diário Da República I- Série*, 3701–3702.
- Diário da República. (2000). Decreto-Lei n.º 204/2000 de 1 de setembro. Nº 202 — 1 de setembro de 2000 *Diário Da República — I SÉRIE-A*, 4599–4605.
- Diário da República. (1999). *Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território*. 2, 4206–4207.
- Diário da República. (1999). *Lei n.º 117/99 de 11 de agosto Primeira*.
- Diário da República. (1998). *Decreto regulamentar nº 22/98 de 21 de setembro*. Nº218, 4882–4885.
- Diário da República. (1997). *Decreto-Lei n.º 168/97 Série I-A de 4 de julho*. 1–15.
- Diário da República. (1997). Decreto-Lei n.º 167/97 de 4 de julho. *Diário Da República— I SÉRIE-A Nº 152— 4-7-1997*, 3264–3280.
- Diário da República. (1997). *Decreto Lei 169/97 de 4 de julho, I Série A Nº 52*. 152–156. <https://dre.pt/application/conteudo/156003>
- Diário da República. (1992). *Decreto-Lei n.º 215/92 de 13 de outubro*. 4774:4778.
- Diário da República. (1989). Decreto-Lei n.º 46/89. In *Diário da República - 1.ª série: Vol. n.º 38* (pp. 590–594).
- Diário da República. (1986). *Decreto-Lei n.º 190 - Série I de 16 de julho de 1986*. 1–7.
- Diário da República. (1982). *Decreto-Lei n.º 327/82 de 16 de agosto*. I(1), 303–335.
- Diário da República. (1979). *Decreto-Lei n.º 519-JI/79 de 29 de dezembro*. 35(3), 1578.
- Diário da República. (1979). *Decreto-Lei n.º 494 /1979 de 21 de dezembro*
- Diário da República. (1976). Decreto nº 86/1976 de 10 de abril. In *Diário da República: Vol. I Série-* (Issue 10, p. 48).
- Diário da República. (1960). *Diário do Governo I Série Nº 207*. 207.
- Diário da República. (1956). Lei nº 2082/56 de 4 de junho. *Diário Da República: I Série, I* (113), 662–665. <https://dre.pt/application/file/231260>
- Diário da República. (1940). *Código Administrativo Decreto-Lei n.º 31095 - 1940 de 31 de dezembro. I*, 1–256.
- Diário da República. (1936). Código administrativo. *O Jornal Do Comércio e Das Colónias*, 131
- Diário da República. (1921). *Lei n.º 1152 de 23 de abril de 1921* (p. 635:636).
- Diário do Governo. (1928). *Decreto nº 15/465 de 1928*.
- Diário do Governo. (1979). *Decreto-Lei n.º 519-LI/79 de 29 de dezembro* (p. 92:95).
- Diário do Governo. (1964). Decreto de lei n.º 46139 de 31/12. In *Diário da República*.
- Díaz, E. (1984). *Sociología y Filosofía del Derecho* (Touro (ed.); 2nd ed.).
- Dijk, B. (2023). SABI- Informação financeira de empresas espanholas e portuguesas. In *Bureau Van Dijk* (Bureau Van, Vol. 1, p. 6). Informa. [bvdinfo.com](http://bvdinfo.com)
- Dionísio, I., & Rodrigues, A. isabel. (2021). Adoção do selo “Clean & Safe” em tempos de Covid-19: Oportunidades e desafios para a inovação e reinvenção no sector da animação turística em Portugal? *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 40(2021), 79–98. <https://doi.org/10.18089/damej.2021.40.5>

- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir* (Editions du Seuil (ed.)).
- Easton, D. (1965). *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. Prentice-Hall, Inc.
- Falé, R. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*.
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. (2021). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687–692. <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>
- FESAHT. (2018). *Resenha Histórica- 120 anos de lutas e conquistas dos trabalhadores 1898-2018*. 119.
- FESHAT. (2016). *História da Federação*. FESAHT. <http://sindicatos.cgtp.pt/fesaht/assunto/a-federacao/historia/>
- Firmino, M. (2007). *Turismo - Organização e Gestão*. Escolar Editora.
- Fortuna, C. (1997). *Cidades, Cultura e Globalização*.
- Frey, J., & Fontana, A. (1991). The group interview in social research. *The Social Science Journal*, 28(2), 175–187. [https://doi.org/10.1016/0362-3319\(91\)90003-M](https://doi.org/10.1016/0362-3319(91)90003-M)
- Gonçalves, S. (2011). *Bem-estar no trabalho em contexto policial: O contributo dos valores e das práticas organizacionais*. Escola de Ciências Sociais e Humanas.
- Goode, W., & Hatt, P. (1972). *Metodos em Pesquisa Social* (4 nd). Edição Nacional.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Heiss, H. (2009). *Palgrave Dictionary of Transnational History from the mid-19th century to the present day* (P.-Y. S. Akira Iriye (ed.)). Palgrave Macmillan.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura- Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa, Edições Sílabo.
- Heron, J. (1981). Experiential Research. In *The Bloomsbury Encyclopedia of Design* (Issue December, p. 34). British Postgraduate Medical Federation. <https://doi.org/10.5040/9781472596178-bed-e054>
- Hoss, M., & Carla, C. (2010). Processo de Validação Interna de um Questionário em uma Survey Research Sobre ISO 9001:2000. *Produto & Produção*, 11(2), 104–119. <https://doi.org/10.22456/1983-8026.7240>
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Zürich: Polygraphischer Verlag.
- Huremović, D. (2019). Psychiatry of Pandemics. In North Shore University Hospital (Ed.), *Psychiatry of Pandemics*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-15346-5>
- Imhof, J. (1996). *Contribution à l'étude de la demande d'animateurs et cadres d'animation en France*.
- INATEL. (2022). Tradição com Modernidade. *Fundação Inatel*, 15.
- INE. (2021). *Estatísticas do Turismo 2020* (Instituto Nacional de Estatística (ed.); Edição 202). Estatísticas oficiais. [www.ine.pt](http://www.ine.pt)
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624–632. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- Jesus, P. (2014). *A Sociedade Propaganda de Portugal: Turismo e Modernidade (1906-1911)*. Universidade Nova de Lisboa.

- Konopleva, J., Pakova, O., & Zenchenko, S. (2020). Cyclical nature of financial crises and their impact on the stock market. In *Smart Innovation, Systems and Technologies* (Vol. 138). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-15577-3\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-030-15577-3_11)
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 22(3), 633–638. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762115>
- Lasswell, H. (1936). *Politics; who gets what, when, how* (Whittlesey). Meridian Books.
- Lindblom, C. E. (1959). The science of “muddling through.” *American Society for Public Administration Stable*, 19(2), 39–55. <https://doi.org/10.4324/9780429498411>
- Lisboa, J. (1919). O turismo em Portugal: a transformação de Lisboa. *Revista de Turismo*, 3(66), 137:144.
- Lopes, M. (2008). *Animação sociocultural em Portugal*. Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural. <https://associacaointervencao.pt/produto/animacao-sociocultural-em-portugal/>
- Machado, J. (2007). *Caracterização Sócio- Económica do Distrito de Viseu* (p. 151).
- Machado, V. (2010). Direito e turismo como instrumentos de poder. In *Editorial Novembro* (Issue 1).
- Manzato, A. J., & Santos, A. (2012). A Elaboração de Questionários na Pesquisa Quantitativa. In *Departamento de Ciência de Computação e Estatística – IBILCE – UNESP* (pp. 1–17). [http://www3.ufpe.br/moinhojuridico/images/ppgd/8.5a\\_questionario\\_elaboracao.pdf](http://www3.ufpe.br/moinhojuridico/images/ppgd/8.5a_questionario_elaboracao.pdf)
- Mao, Y., He, J., Morrison, A., & Stefaniak, J. (2021). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716–2734. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1770706>
- Martins, R. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*. Publituris. <https://www.publituris.pt/2021/08/02/animacao-turistica-reclama-maior-atencao>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- Matos, A., Maria, B., & Santos, M. (2011). A Sociedade Propaganda de Portugal e o Congresso de Turismo de 1911. *Congresso Internacional I República e Republicanismo, XIV*, 393–403.
- Mattar, F. (1994). *Pesquisa de marketing: metodologia, planeamento, execução e análise* (2ª edição).
- Mcintosh, W., Goeldner, C. R., & Wiley, J. (1984). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 2016.
- Mendes, R., Fernandes, J., & Correia, M. (2014). *Guia Prático para a Elaboração de Inquéritos por Questionário* (pp. 1–16).
- Menegaki, A. (2020). Hedging feasibility perspectives against the COVID-19 in the international tourism sector. *Journal of Chemical Information and Modeling*, April, 1–18. <https://doi.org/10.20944/preprints202004.0536.v1>
- Monteiro, T. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*. <https://www.publituris.pt/2021/08/02/animacao-turistica-reclama-maior-atencao>
- Moreira, V. (2002). *Administração Pública e Associações Públicas* (Coimbra Editora (ed.)).
- Moreira, V. (2005). *As regiões de turismo e a administração regional do estado* (Boletim).
- Neto, R. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*. Publituris. <https://www.publituris.pt/2021/08/02/animacao-turistica-reclama-maior-atencao>

- Neves, J. (2012). *O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651–656. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- OMT. (2001). *Introdução ao Turismo*. Editora Roca.
- Parker, S. (1978). A sociologia do Lazer. *Zahar Editores*, 184.
- Patrício, M. (2012). *A Política Pública do turismo e o turismo social*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Pereira, J. (2008). *Animação Sociocultural e os Desafios do Seculo XXI* (pp. 19–32).
- Pereira, O., Gonçalves, P., & Dias, F. (2014). *Manual de Animação Turística e Cultural*. Editora media XXI.
- Pereira, P. (1987). *Crítica marxista da teoria e da prática da política social capitalista: peculiaridades da experiência brasileira*.
- Perez, V. (2006). *Perspetivas Actuales de la Animación Sociocultural: cultura, tiempo libre y participación social*. Madrid: Editorial CCS.
- Pieper, J. (2004). *O Ócio e a existência humana*.
- Pike, A., Dawley, S., & Tomaney, J. (2010). Resilience, adaptation and adaptability. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 1–12. <https://doi.org/0.1093/cjres/rsq001>
- Pina, P. (1988). *Portugal, o turismo no Século XX*. Lucidus Publicações, Lda. Lisboa.
- PNT. (1988). *Plano nacional de turismo 1985 - 1988 : relatório / Grupo Coordenador do Plano Nacional de Turismo*.
- Polyzos, S., Aristeidis, S., & Spyridou, A. (2020). *Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach*.
- Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou, A. E. (2021). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 175–187. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1777053>
- Pordata. (2013). *O que são NUTS?* <https://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS>
- Porto Editora. (2010). *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*. Porto Editora.
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 22(3), 667–678. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762117>
- Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Editorial Síntesis.
- Ramalho, A. (2017). *Breve evolução da atividade turística*.
- Ramos, E., & Marques, P. (2012). O contributo da animação turística nas empresas. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17/18, 609–622.
- Relvas, carlos. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*. <https://www.publituris.pt/2021/08/02/animacao-turistica-reclama-maior-atencao>
- Roíg, F. (2005). *Fragmentos de Teoría del Derecho*. Editorial Dykinson.
- Rosas, F. (1994). *Portugal e O Estado Novo (1930/60) Vol. XII da Nova História de Portuga*.
- Santos, A. C. (2022). *O impacto da Covid-19 nas agências de viagens: um estudo na Região Centro de Portugal* (Issue 65) [Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu]. [https://institucional.us.es/revistas/PixelBit/65/Art\\_3.pdf](https://institucional.us.es/revistas/PixelBit/65/Art_3.pdf)
- Santos, F. (2002). *Turismo – Mosaico de Sonhos: Incursões sociológicas pela cultura turística*. Edições Colibri.
- Seidman, I. (2006). Interviewing as Qualitative research [Teachers College Press]. In *Contemporary Psychology: A Journal of Reviews* (3 nd, Vol. 37, Issue 7).

- <https://doi.org/10.1037/032390>
- Shao, Y., Hu, Z., Luo, M., Huo, T., & Zhao, Q. (2021). What is the policy focus for tourism recovery after the outbreak of COVID-19? A co-word analysis. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 899–904. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1806798>
- Simon, H. (1957). *Comportamento Administrativo*.
- Simpson, A. (1976). Animation socio-culturelle. *Conseil de L'Europe*, 1, 283.
- SNATTI. (2022). *História*. SNATTI. [https://snatti.com/?page\\_id=11](https://snatti.com/?page_id=11)
- Soares, A., Mora, C., Baptista, C., Carbone, F., & Romão, F. (2020). Turismo Mundial Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas. In *Turismo Mundial Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas* (Vol. 53, Issue 9).
- Sousa, R., & Galvão, S. (1991). *Introdução ao Estudo do Direito* (Lex-Edições Jurídicas (ed.)).
- Souza, C. (2006). Políticas públicas: uma revisão da literatura. *Sociologias*, 16, 20–45. <https://doi.org/10.1590/s1517-45222006000200003>
- Theobald, W. (1998). “*The meaning, scope and measurement of travel and tourism, in global tourism*”. (2 nd). Butterworth Heinemann.
- Thomas, G. (2021). Research Methodology and Scientific Writing. In *Aslib Proceedings* (2nd editio, Vol. 47, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/eb051376>
- Torres, Z. (2004). *Animação Turística*. Editora Roca.
- Turismo de Portugal. (2022a). *Agências Regionais de Promoção Turística*. Turismo de Portugal. [http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Quem\\_e\\_quem/Paginas/Agencias-Regionais-de-Promocao-Turistica.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Quem_e_quem/Paginas/Agencias-Regionais-de-Promocao-Turistica.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022b). *Associações Empresariais de Turismo - Portugal*. Turismo de Portugal. [http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Quem\\_e\\_quem/Paginas/Associacoes-Empresariais-de-Turismo-Portugal.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Quem_e_quem/Paginas/Associacoes-Empresariais-de-Turismo-Portugal.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022c). *Registo dos agentes de animação turística*. Turismo de Portugal. [http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear\\_Iniciar/Licenciamento\\_Registo\\_da\\_Atividade/Agentes\\_Animacao\\_Turistica/Paginas/default.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Licenciamento_Registo_da_Atividade/Agentes_Animacao_Turistica/Paginas/default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2022d). *Registo dos agentes de animação turística*. Turismo de Portugal. [http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear\\_Iniciar/Licenciamento\\_Registo\\_da\\_Atividade/Agentes\\_Animacao\\_Turistica/Paginas/default.aspx](http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Licenciamento_Registo_da_Atividade/Agentes_Animacao_Turistica/Paginas/default.aspx)
- Vidal, A. (2021). *Animação turística reclama maior atenção*. Publituris. 2/animacao-turistica-reclama-maior-atencao
- Vidal, F. (2021). O turismo e a invenção de uma política: escalas, territórios e governança (Portugal, 1906-1936). *Etnografica*, 22(3), 173–191.
- Vilelas, J. (2020). *O processo de construção do conhecimento: uma tarefa maiêutica* (3rd editio, Vol. 9, Issue 11). Edições Sílabo.
- Warren, M. (2001). *Democracy and association*. Princeton: Princeton University. Princeton University press.
- Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–4. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>
- WTTC. (2020). *To Recovery & Beyond: The Future Of Travel & Tourism In The Wake Of COVID-19*. <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>

## **6. Apêndices**

Apêndice I- Comissões de Coordenação Regional

Apêndice II- Associações do turismo

Apêndice III- Medidas preventivas segundo o Guia do Apecate

Apêndice IV- Linha cronológica do processo Covid-19

Apêndice V - Medidas de apoio às micro e pequenas empresas

Apêndice VI- Perguntas dos questionários

Apêndice VII- Legislação das Comunidades Intermunicipais

Apêndice VIII- Empresas do Registo Nacional de Turismo

Apêndice IX- Balanço financeiro de 2019/2020

Apêndice X- Registo das entrevistas

Apêndice XI- Autenticação do estudo

## Apêndice I- Comissões de Coordenação Regional

Comissão	Designação
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte	Instituída em 1969, assumiu a visão territorial de desenvolvimento como uma missão de promoção através das políticas públicas. Inicialmente era designada por Coordenação da Região Norte, mas agregou em 2003 agregou a DRAOT-N, fundido a sigla para CCDR-N.
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro	A CCDRC é um serviço com administração direta do Estado, provido de autonomia administrativa e financeira. A sua presidência é exercida pela Ministra da Coesão Territorial, em coordenação com o Ministro do Ambiente e da Ação Climática. Tem como missão realizar as políticas de ambiente, de ordenamento do território e cidades e ainda de desenvolvimento regional ao nível da NUTS II Centro.
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale Tejo	A CCDR LVT está incluída na Presidência do Conselho de Ministros com gerência e tutela conjunta do Ministro do Ambiente, Ordenamento do Território e Energia e do Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional.
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo	A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo é um serviço periférico com administração direta do Estado. Esta tem como missão coordenar e articular as diferentes políticas de cada setor em âmbito regional assim como a execução das políticas ambientais, ordenamento do território e cidades. Pretende também suportar as autarquias locais e respetivas associações da área de atuação. É dotado de autonomia financeira e administrativa.
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	A CCDR Algarve é um serviço com administração direta do Estado com autonomia administrativa e financeira, sob a direção da Ministra da Coesão Territorial, em coordenação com o Ministro do Ambiente e da Ação Climática. A CCDR Algarve tem por encargo a sua área geográfica, e por isso a responsabilidade de executar as políticas de ambiente, de ordenamento do território e cidades, de desenvolvimento regional e de incentivos à comunicação social e apoiar tecnicamente as autarquias locais e as suas associações.

Fonte: Elaboração própria

## Apêndice II- Associações do turismo

Associações	Descrição
AERLIS- Associação Empresarial da Região de Lisboa	É uma Associação sem fins lucrativos, de utilidade pública, criada em fevereiro de 1992.
AETP - Associação Empresas Turísticas Portuguesa	Formalizada em 2008, é uma estrutura associativa de base empresarial que objetiva a Formação profissional, serviço de apoio às empresas e o desenvolvimento regional e Internacionalização e inovação.
AETUR - Associação dos Empresários Turísticos do Douro e Trás-os-Montes	Foi constituída a 23 de abril de 2001 e é uma pessoa coletiva de natureza privada e sem fins lucrativos, que pretende promover produtos turísticos ligados ao Território Vale Douro Norte e desenvolver a organização e a valorização dos recursos turísticos.
A AHETA-Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve	Criada em 27 de Junho de 1995, constitui-se a primeira associação no Algarve que integra os interesses dos hotéis e dos empreendimentos turísticos da Região, dando expressão à diversidade da oferta e ao amadurecimento dos interesses empresariais do turismo algarvio.
AHRP -Associação dos Hotéis Rurais de Portugal	Fundada em 2007, é uma associação sem fins lucrativos que tem como missão a promoção dos bens e serviços disponibilizados pelos seus associados, a par da atividade turística, na sua dimensão de turismo em espaço rural.
AIHSA - Associação dos Industriais Hoteleiros e Similares do Algarve	Fundada em 1971, é uma associação sem fins lucrativos e foi pioneira na Região Algarvia no que concerne à sua atividade. Tem como missão a defesa e a promoção dos interesses dos empresários da hotelaria, restauração e Bebidas.
Aldeias Históricas de Portugal – Associação de Desenvolvimento Turístico	É uma Associação de Desenvolvimento Turístico, de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 2007. Tem como objetivo promover o desenvolvimento turístico da Rede Aldeias Históricas de Portugal.
NCAT - Associação Nacional de Condutores de Animação turística e Animadores Turísticos	É uma associação sem fins lucrativos de âmbito nacional que representa os Condutores de Animação Turística e/ou Animadores Turísticos, que exercem a profissão por conta própria ou por conta de outrem, quer seja por Ar, Terra ou Mar.
APTERN - Associação Portuguesa de Turismo em Espaços Rurais e Naturais	É uma associação de âmbito nacional e sem fins lucrativos que tem como missão promover o Turismo Rural e Natural pela dinamização de uma estratégia integrada para o setor, contribuindo para a conservação da natureza e procurando potenciar os benefícios da natureza no bem-estar individual e coletivo.
APHORT - Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo	Atua desde 1904 e a sua missão é trabalhar com os associados de forma a contribuir para a excelência dos negócios através de tendências, soluções, promoção dos interesses dos empresários da hotelaria, restauração e turismo junto das entidades competentes.
ARAC - Associação dos Industriais de Aluguer de Automóveis Sem Condutor	É uma entidade sem fins lucrativos, criada em 1975 e representa todos os setores de locação de meios de mobilidade em Portugal. O seu objetivo é prestar apoio às empresas associadas e ser parceiro nas áreas do Turismo e da Mobilidade, bem como criador de emprego direta e indiretamente.
Associação das Termas de Portugal	Constituída a 16 de dezembro de 1996, resultada do processo de reestruturação da ANIAMM - Associação Nacional dos Industriais de Águas Mineral Mediciniais e de Mesa. Visa a promoção e o desenvolvimento técnico, económico e social do termalismo e das termas portuguesas.

Associação Fórum Turismo	É uma associação sem fins lucrativos que trabalha ativamente para interligar o setor do Turismo, através dos seus estudantes, profissionais e organizações de ensino e empresariais. A missão engloba a criação de pontes e consolidação de relações entre os diferentes stakeholders do setor.
Associação Nacional de Cruzeiros	Surge a 28 de fevereiro de 1994 como Associação de Utilidade Pública sem fins lucrativos, e tem como missão promover a Vela de Cruzeiro através da influencia positiva na opinião pública e das Entidades Oficiais , assim como da promoção ativa da divulgação da modalidade.
Associação Pinus Verde - Aldeias de Xisto	É uma entidade sem fins lucrativos que procura, desde 1998, a valorização dos recursos locais através de processos fomentadores da participação ativa da comunidade. Promove uma lógica de autossustentabilidade aplicada ao desenvolvimento do território, mobilizando e promovendo recursos como a floresta, as artes e tradições locais, o meio ambiente, o turismo rural/aventura e fomenta a animação comunitária e cultural, a educação e a formação, bem como o desenvolvimento socioeconómico das populações.
Associação Portuguesa de Casas Antigas	Esta associação promove a conservação, valorização, estudo e divulgação do património privado português com interesse artístico e arquitetónico. Contribui também para a conservação, valorização, estudo e divulgação dos bens culturais imóveis ou móveis com interesse histórico ou artístico e seu enquadramento natural.
Arhcesmo- Associação Regional dos Hoteleiros da Costa do Estoril, Sintra, Mafra e Oeiras	É uma associação empresarial que desde 1985, tem vindo a defender os interesses dos hoteleiros da Região e a combater por um desenvolvimento sustentado e sustentável do turismo na sua área de influência. Objetiva-se também a revitalização do Turismo na Região tendo sido a principal interveniente na elaboração de um plano de recuperação das infraestruturas turísticas existentes e na criação de novos polos de atração para esta zona.
Casas Açorianas - Associação de Turismo em Espaço Rural	Esta Associação é sem fins lucrativos, criada em 2004 por iniciativa de proprietários uma vez que se sentiu a necessidade de promover um conjunto de estabelecimentos hoteleiros nas nove ilhas dos Açores e da criação de um segmento único no turismo destas ilhas.
Casas Brancas - Associação de Turismo de Qualidade do Litoral Alentejano e da Costa Vicentina	Criadas em 2002, surgem da necessidade de organizar e representar os vários tipos de oferta existente, sendo que esta rede integra alojamentos rurais, restaurantes e atividades de natureza numa oferta diversificada, zelando pelo respeito e satisfação integral do cliente e pela promoção da qualidade turística da região.
CNIG - Conselho Nacional da Indústria do Golfe	Fundado a 06 de novembro de 1995, é uma entidade privada sem fins lucrativos que tem como missão representar e promover o Golfe como Indústria em Portugal e cooperar com todos os organismos públicos ou privados ligados ao Golfe.
CTP - Confederação do Turismo de Portugal	É um organismo de cúpula do associativismo empresarial do Turismo, tendo adquirido personalidade jurídica em 1995, aglutinando a totalidade das associações empresariais da actividade turística. Tem como missão assegurar a coesão e unidade interna dos agentes económicos do Turismo, melhorar o conhecimento científico do Turismo e desenvolver uma organização flexível, credível, eficiente e com capacidade de intervenção.
Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal	É uma associação sem fins lucrativos, reconhecida como Pessoa Coletiva de Utilidade Pública desde 1978. A sua missão é coordenar, promover, regulamentar e disciplinar o movimento campista e as atividades de montanha em todo o território nacional.

Madeira Rural	É uma organização privada sem fins lucrativos que visa desenvolver e promover o turismo rural e as atividades dos seus associados em particular.
PRIVETUR - Associação Portuguesa de Turismo no Espaço Rural	As origens remontam a 1997, e esta associação reflete num tratamento personalizado aos seus clientes, com tarifas adaptadas aos diferentes tipos de empreendimentos de ecoturismo e disponibiliza jornais digitais diários com o objetivo de se tornar um ponto de encontro para os turistas rurais, oferecendo-lhes as notícias mais atuais e significativas sobre turismo sustentável.
TURIHAB - Associação do Turismo de Habitação	Criada em março de 1983, esta associação foi constituída para dar resposta à importância do turismo de habitação concluindo-se a necessidade de formar uma cooperativa que defendesse os interesses comuns. O seu principal objectivo é de fomentar a preservação das casas de Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, bem como a sua tradição e cultura.

Fonte: Elaboração própria

## Apêndice III- Medidas preventivas segundo o Guia do Apecate

Prevenção	Medidas
Regras de etiqueta respiratória	Segundo o INEM, um conjunto de medidas individuais a cumprir por todos os cidadãos da comunidade em geral: 1. Uso de máscara, sempre que possível e em particular no contacto com pessoas ou quando há partilha de espaços; 2. Cobrir a boca e nariz ao espirrar ou tossir; 3. Utilizar toalhete de uso único para conter secreções; 4. Tossir ou espirrar para braço/manga; 5. Higienização das mãos após contacto com secreções respiratórias.
Distância física	Segundo a DGS: 1. Garantir que as filas de acesso a zonas de atendimento, ou locais de atividade, ou qualquer outra área comum, sejam feitas com distância mínima de 1 metro entre os utentes, recorrendo a sinalização devida, como marcas e sinaléticas no chão, ou póster informativo, ou com auxílio do staff através de informação verbal reforçada;
Correta higienização das mãos	A Higienização das mãos pode ser feita em lavagem com água e sabão (40 a 60 segundos) ou com solução antisséptica de base alcoólica (SABA) durante cerca de 30 segundos. Assim, as empresas têm de ter à disposição tanto dos colaboradores como dos clientes, água e sabão e/ou SABA ou toalhetes individuais desinfetantes descartáveis. Também devem disponibilizar informação, nomeadamente pósteres, e recursos para a importância e o correto modo de lavar e higienizar as mãos.
Limpeza	Devem existir materiais de limpeza distintos para áreas distintas com risco de contágio diferentes e garantir o devido arejamento em situações de limpeza. Os panos de limpeza deverão ser de uso único e as fardas deverão ser lavadas em local comum e não levadas para casa pelo funcionário, sendo a sua desinfeção da responsabilidade da empresa ou de entidade externa contratada;
Desinfeção	Todo o equipamento utilizado pelos clientes deve ser desinfetado no final da atividade, considerando as suas especificidades técnicas dos equipamentos tendo em conta que deverão ser utilizados diversos métodos que sejam os mais adaptados às superfícies em questão, devendo para tal ser utilizados soluções e produtos certificados e cientificamente validados pela DGS.
Arejamento e renovação de ar	É importante que os locais de trabalho interiores sejam ventilados, preferencialmente através da ventilação natural, através do arejamento (abertura de portas ou janelas), que deve ser assegurado, sempre que possível e pelo menos duas vezes por dia (por exemplo, à hora de almoço e ao fim do dia).
Formação de todos os colaboradores	Garantir que todos os colaboradores recebam informação / formação específica sobre as principais medidas e boas práticas da empresa, incluindo o protocolo interno e plano de contingência, as precauções básicas em termos de prevenção e controlo de infeção (higienização das mãos, etiqueta respiratória, conduta social), o cumprimento dos processos de monitorização diária para avaliação da febre, o cumprimento das orientações internas para limpeza de superfícies e o tratamento e gestão de EPI e fardas na empresa.
Processos de reserva	Este processo engloba a agilização da possibilidade de ter equipamento para utilização individual por parte dos clientes, a revisão de todas as atividades e programas com vista à identificação de potenciais fontes de contágio e infeção. Sempre que necessário, o levantamento de alternativas e desenvolvimento das devidas adaptações ao programa e calendarização das atividades e adaptação da capacidade de carga da atividade por forma a garantir as regras de distanciamento físico. Abrange também a formalização de barreiras físicas ou circuitos de atividade que permitam uma melhor agilização do grupo e respetivas regras de distanciamento físico.

Pagamentos	Sempre que possível, dar primazia a processos por via não presencial como online, email, telefone, entre outros, assim como prever a existência de stocks suficientes para cobrir as necessidades em capacidade máxima de utentes. É necessário também informar antecipadamente o cliente das medidas/plano/protocolo que a empresa tem implementado e informar o cliente dos equipamentos de proteção individual que serão necessários à execução da atividade e se estes serão da responsabilidade do cliente ou da empresa e em que condições.
Zonas de atendimento	A empresa deverá disponibilizar a utentes e colaboradores soluções de desinfeção e todos deverão desinfetar as mãos no local, consoante regras e recursos definidos pela empresa; Os colaboradores terão de utilizar máscaras indicadas pela DGS (cirúrgicas, comunitárias, etc. consoante se aplique) para proteção. Viseira e luvas são consideradas opcionais e complementares às máscaras. Sempre que necessário, a empresa deverá organizar filas de espera, a fim de garantir o cumprimento das regras de distanciamento físico definidas pela DGS;

Fonte: Elaboração própria/ Guia do Apecate

## Apêndice IV- Linha cronológica do processo Covid-19

### BREVE CRONOLOGIA DA COVID-19



**27 DE OUTUBRO DE 2020**

Decreto-Lei nº 62-A/2020 em que foi decretado a obrigatoriedade do uso de máscara em espaços públicos.

**3 DE DEZEMBRO DE 2020**

Plano inicial de vacinação contra a Covid-19, prevendo a inoculação, em primeiro lugar, dos grupos de risco

**21 DE DEZEMBRO DE 2020**

Autorização da primeira vacina contra a Covid-19 na União Europeia

**30 DE ABRIL DE 2021**

Termina os Estados de Emergência, tendo sido declarados 15 vezes pelo presidente da república

**1 DE MAIO DE 2021**

Portugal entra em situação de calamidade a par da última fase de desconfinamento. Reabrem-se com quase normalidade no comércio e restauração, com exceção dos municípios com mais casos.

**20 DE MAIO DE 2021**

Acordos sobre o Certificado Digital Covid-19 na União Europeia

**1 DE OUTUBRO DE 2021**

Adesão ao selo Clean&Safe

Fonte: Elaboração própria

## Apêndice V- Medidas de apoio às micro e pequenas empresas

Despachos	Medidas
Despacho normativo n.º4/2020 de 25 de março	Estabelece a implementação de uma linha de apoio monetário, a fim de apoiar as microempresas turísticas, cuja atividade foi afetada economicamente pelo surto COVID-19. Entende assim criar meios de resposta para a melhoria das condições das empresas, de forma a assegurar a manutenção da produção de postos de trabalho. O artigo n.º8 refere que é da responsabilidade do Turismo de Portugal, avaliar as candidaturas no prazo máximo de 5 dias úteis. A deliberação final sobre a concessão de apoio financeiro cabe estritamente à mesma entidade, como refere o artigo n.º9.
Despacho normativo n.º 10/2020 de 9 de setembro	Após o término das primeiras restrições de confinamento e a entrada do país numa fase de estabilização social e económica, são criadas medidas para garantir o reinício adequado e sustentável das empresas. Nesta nova etapa, continua a ser essencial a tomada de medidas para apoios às microempresas a nível económico. Assim, o presente despacho veio alterar alguns artigos do decreto anterior ( 4/2020 de 25 de março) e veio robustecer a finalidade da linha de apoio às microempresas.
Despacho normativo n.º1/2021 de 11 de janeiro	Para além da linha de apoio, como anteriormente referido, foram ampliadas as medidas de apoio económico e social, em virtude da persistência do impacto pandémico. Através de um aumento financeiro, intensificou-se este auxílio numa parte não reembolsável. O apoio foi alargado também às pequenas empresas, uma vez que até então, estas não padeciam acesso a este instrumento de apoio.
Despacho normativo n.º 8/2021 de 3 de março	A continuidade da situação pandémica, assim como as consequências agravadas nas empresas, leva a novas modificações à linha de apoio das micro e pequenas empresas. Para além de a manter, veio também prolongar o tempo de início de reembolso dos empréstimos. Surge, portanto, um acréscimo de financiamento através de medidas de incentivo, designadamente a adesão ao selo Clean & Safe, assim como o desenvolvimento de formações a fim de retomar a atividade.
Despacho normativo n.º 11/2021 de 23 de abril	Para assegurar os subsídios de fundo pedido vindo da EU, implementou-se uma nova conversão de financiamento não reembolsável à linha de apoio às micro e pequenas empresas. Fundos esses geridos pelo Turismo de Portugal. Verificou-se também uma abrangência maior por parte de novas áreas de atividade turística.
Despacho normativo n.º 12/2021 de 27 de abril	Este despacho consiste na implementação de um novo reforço da linha, continuando a ser um apoio às micro e pequenas empresas, de forma a garantir a sustentabilidade das mesmas, enquadrado num contexto de abertura da atividade económica. Para além disso, passou a existir um alargamento dos CAE pois permitiu incluir atividades de transporte terrestre para fins turísticos.
Despacho normativo n.º 22/2021 de 10 de agosto	O presente despacho limita-se apenas a reforçar o orçamento da linha de apoio às micro e pequenas empresas do turismo.

Despacho normativo n.º 5/2022 de 9 de fevereiro	Face às consequências sentidas nas empresas do turismo resultante da evolução da COVID-19, foi indispensável constantes ajustes e reforços orçamentais, ascendendo atualmente os valores comprometidos (praticamente 100%). Para que este apoio fosse contínuo, sentiu-se a necessidade de reforçar a tesouraria da linha de apoio das empresas.
-------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração própria/ DRE



A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Como quantifica, numa escala de 0% a 100%, o impacto sentido?	<input type="radio"/> >0%- 25% <input type="radio"/> 50%- 75% <input type="radio"/> 25%- 50% <input type="radio"/> 75%- 100%	Obrigatória; Fechada; Escolha múltipla
Prevê, que num futuro próximo, a sua empresa venha/continue a crescer?	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Talvez <input type="radio"/> Não	Obrigatória; Fechada; Escolha múltipla
Internamente, quais foram as estratégias que a sua empresa adota/adotou?	<input type="radio"/> Teletrabalho <input type="radio"/> Lay-off <input type="radio"/> Normas DGS <input type="radio"/> Todas <input type="radio"/> Apoio do estado <input type="radio"/> Outras	Obrigatória; Fechada; Escolha múltipla
De que forma, a sua empresa se adaptou a esta realidade no que diz respeito à relação com o cliente?	<input type="radio"/> Selo Clean and safe <input type="radio"/> Ações de marketing/ comunicação <input type="radio"/> Novos canais de comunicação <input type="radio"/> Todas as opções <input type="radio"/> Novos produtos/ serviços <input type="radio"/> Outras	Obrigatória; Fechada; Escolha múltipla
A instabilidade de 2021 promoveu a procura de novos mercados/ produtos?	<input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não	Obrigatória; Fechada; Escolha múltipla

Fonte: Elaboração própria

## Apêndice VII- Legislação das Comunidades Intermunicipais

Decreto	Medidas
Análise Jurídica - Lei n.º 75/2013	<p>Estabelece o regime jurídico das autarquias locais, aprova o estatuto das entidades intermunicipais, estabelece o regime jurídico da transferência de competências do Estado para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais e aprova o regime jurídico do associativismo autárquico. Como refere o artigo 63.º, nos termos da presente lei, podem ser criadas associações públicas de autarquias locais para a continuação congregada das respetivas atribuições. Estas associações de autarquias locais são as áreas metropolitanas, as comunidades intermunicipais e as associações de freguesias / municípios de fins específicos.</p> <p>As comunidades intermunicipais são as livremente instituídas pelos municípios integrantes das áreas geográficas definidas e assumem as designações dele constantes, como afirma o artigo 66.</p>
Lei n.º 25/2015 - Diário da República n.º 62/2015, Série I de 2015-03-30	Este Decreto lei procedeu à Primeira alteração da Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, aplicando apenas esta lei às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.
Lei n.º 52/2015 - Diário da República n.º 111/2015, Série I de 2015-06-09	Este Decreto-Lei extingue as Autoridades Metropolitanas de Transportes de Lisboa e do Porto, sucedendo-lhes para o efeito as áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto cujas competências constam do presente diploma. Aprova ainda o Regime Jurídico do Serviço Público de Transporte de Passageiros (RJSPTP).
Lei n.º 69/2015 - Diário da República n.º 137/2015, Série I de 2015-07-16	O presente Decreto-Lei sucede a segunda alteração à Leis n.º 75/2013, de 12 de setembro.
Lei n.º 7-A/2016 - Diário da República n.º 62/2016, 1º Suplemento, Série I de 2016-03-30	Este suplemento veio apenas alterar o artigo nº 17.º do regime jurídico das autarquias locais, onde a junta de freguesia pode delegar as suas competências no respetivo presidente, assim como no que respeita ao acréscimo ao Código Fiscal do Investimento, à contribuição sobre a indústria farmacêutica, e à confirmação de benefícios fiscais municipais.
Lei n.º 42/2016 - Diário da República n.º 248/2016, Série I de 2016-12-28	O presente Decreto-Lei constitui o Enquadramento Orçamental, aprovada pela Lei n.º 91/2001, de 20 de agosto, onde as transferências para as áreas metropolitanas e comunidades intermunicipais, ao abrigo da Lei n.º 73/2013, de 3 de setembro, passaram a inscrever-se no orçamento dos encargos gerais do Estado.
Lei n.º 50/2018 - Diário da República n.º 157/2018, Série I de 2018-08-16	Este Decreto-Lei corresponde à transferência de competências para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais. Para o efeito, estabelece o quadro da transferência de competências para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais, concretizando os princípios da subsidiariedade da descentralização administrativa e da autonomia do poder local.
Lei n.º 66/2020 - Diário da República n.º 215/2020, Série I de 2020-11-04	Este Decreto-Lei modifica o prazo de submissão da proposta do orçamento municipal, alterando a Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro. Conforme o artigo nº 45, o órgão executivo apresenta ao órgão deliberativo, até 30 de novembro de cada ano, a proposta de orçamento municipal para o ano económico seguinte.

Fonte: Elaboração própria/ DRE

## Apêndice VIII- Empresas do Registo Nacional de Turismo

Denominação	Data do registo	Localidade	Tipologia	Nº do registo	Nº de Contribuinte	Email	Contacto
3rios, Lda.	26/05/2014	São João de areias	OMT	220/2014	510354459	trilhosdegestao@gmail.com	232881899
AHPV - Associação Hípica e Psicomotora de Viseu	03/04/2017	Vil de Souto	OMT	417/2017	513247718	ahpviseu@gmail.com	912130752; 962106928
Álvaro alberto fernandes gomes	22/12/2016	Canas de Senhorim	Empresa de AT	1640/2016	150752350	alvaro.albert@gmail.com	910451917
Annette gisela spork	17/05/2016	Mangualde	Empresa de AT	474/2016	195191447	mail@rio-dao.de	232611087
Associação turística e agrícola da serra da arada	07/02/2020	Carvalhais sps	Empresa de AT	109/2020	514278889	geral.atasa@gmail.com	912721831
Atividades Turísticas e Hoteleiras Weekend Unip. Lda .	13/05/2019	Paços de Vilharigues	Empresa de AT	475/2019	515209244	geral.act.weekend@gmail.com	961356029
Bernardo dias mendes calisto	03/04/2018	Moimenta de maceira dão	Empresa de AT	572/2018	235102946	bernardomendescalisto@gmail.com	968817279
Black and Blue Investimentos SA.	24/04/2020	Oliveira de Frades	Empresa de AT	335/2020	509107397	bruno.marques@blackandblue.pt	232767700
Cabefetour unipessoal Lda.	24/01/2014	Cunha alta	Empresa de AT	24/2014	510135170	cabefetour@hotmail.com	969990885
Caminhos Tranquilos Transporte de Passageiros, Taxi Unipessoal Lda.	29/01/2018	Nelas	OMT	143/2018	509253270	emilia@1p2a.pt	232940943
Cankay - Actividades de Animação Turística, Unipessoal, Lda.	17/06/2003	Viseu	Empresa de AT	26/2003	505773988	geral@cankayaventura.com	232421714; 964084935
Carcorest - Sociedade de Turismo, Restauração e Agro-Indústria de Carvalhais, Lda.	09/01/2005	Carvalhais sps	Empresa de AT	41/2005	504267795	bioparque@gmail.com	232700046
Confidentdestiny Lda.	20/07/2018	Viseu	Empresa de AT	1448/2018	514914394	luisdanielfn@gmail.com	936584456
Cristina maria monteiro de almeida	02/03/2018	Viseu	Empresa de AT	376/2018	208852328	geral@verboir.com	232188611
Danimor, unipessoal. Lda.	11/05/2020	Sátão	Empresa de AT	382/2020	515120898	dm@danimor.pt	938565339

## A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Dear wolf, Lda.	05/01/2015	Pinheiro de Ázere	Empresa de AT	1/2015	513037284	info@dearwolf.pt	961397362
Doutibelo - Empreendimentos turísticos, Lda.	07/01/2009	Viseu	OMT	34/2009	507466292	doutibelo@hotmail.com	232483000
Draw your dream - events & consulting, unipessoal Lda.	16/09/2021	Viseu	Empresa de AT	520/2021	515105619	lopes.luism@pre.com.pt	964525255
Electricmood, Lda.	09/06/2015	Carregal do sal	Empresa de AT	371/2015	510707785	geral@electricmood.pt	911102700
Emotions and balance - unipessoal Lda.	09/01/2019	Várzea sps	Empresa de AT	16/2019	513866701	geral@pensaodavid.com	232728283
Empreendimentos Turísticos montebelo, Sociedade de Turismo e Recreio S.A.	30/09/2009	Viseu	Empresa de AT	10/2003	502062703	montebeloagueira@montebelohotels.com	, 231 927 060
Etnoideia, Lda.	22/04/2013	Pinheiro de Ázere	Empresa de AT	73/2013	507288327	jorge.miranda@etnoideia.pt	214324358
Filipe Nelson Ferreira de Almeida	18/01/2021	Tourigo	Empresa de AT	18/2021	195489055	geral@basspro.pt	968506765
Freguesia de Côta	24/01/2022	Côta	Empresa de AT	42/2022	507094336	jfcota@sapo.pt	964240462
Frotavip - transporte personalizado, Lda.	21/05/2020	Viseu	Empresa de AT	411/2020	515313831	geralfrotavip@gmail.com	232425139
Gil fernando gomes correia	20/08/2019	Viseu	Empresa de AT	921/2019	224807609	gil@outcrop.pt	963305338
Groove sound systems, unipessoal Lda.	16/02/2022	Figueira da foz	Empresa de AT	86/2022	513592865	geral@groovesound.pt	964668790
Hansamoinsohn unipessoal Lda.	21/01/2020	Viseu	Empresa de AT	54/2020	515774120	hansamoinsohn@gmail.com, toursofmylife.lisbon@gmail.com	966411021
Hélder batista aguiar - eventos e animação turística, unipessoal Lda.	18/07/2012	Romãs	Empresa de AT	184/2012	509973680	helder_aguiar@msn.com	933189070
Helena Isabel oliveira dias de matos	17/12/2021	Foz do Arelho	Empresa de AT	667/2021	209560118	helenaimatos@gmail.com	918114797
Isabel Fernanda, Unipessoal Lda.	06/04/2016	Ventosa Vzl	Empresa de AT	283/2016	510923402	isadacosta@sapo.pt	919684440 ;968185511
Jp turismo unipessoal, Lda.	15/03/2022	Viseu	Empresa de AT	142/2022	516645749	ivansouza.vh.jp@gmail.com	935273615

## A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Marco Alexandre ferreira rodrigues	20/06/2018	Viseu	Empresa de AT	1179/2018	224374702	ferreirarodrigues.marco@gmail.com	966411021
Marco da costa monteiro	20/07/2021	Cabril Cdr	Empresa de AT	436/2021	212642464	condoso201@gmail.com	915114311
Margem veludo, Lda.	09/02/2018	Viseu	Empresa de AT	231/2018	510985874	margemveludo@gmail.com	939119889
Maria Francisca de almeida e Vasconcelos Peixoto de Sousa	20/09/2016	Viseu	Empresa de AT	1103/2016	192656520	francisca.ps@hotmail.com	917780560
Marques rilho unipessoal, Lda.	11/12/2018	Viseu	Empresa de AT	2495/2018	513024107	geral@veloconcept	232424026
Matos e marcelino, Lda.	25/08/2016	Castro daire	Empresa de AT	974/2016	505522616	pmatoss@mtm-team.com	936933111
Maurício Rafael almeida unipessoal, Lda.	29/05/2017	Figueiredo de alva	Empresa de AT	705/2017	514391464	marafal.tur@gmail.com	914217795
Mirtiwater - Serviços Ambientais e Pedagógicos, Lda.	20/07/2015	Viseu	Empresa de AT	476/2015	510596452	mirtiwater@gmail.com	3,52E+11
Moinhos do Dão - Actividades Turísticas, Lda.	02/03/2021	Fornos de Maceira Dão	Empresa de AT	77/2021	502722576	info@moinhosdodao.org	933956630
Movida - empreendimentos turísticos, S.A.	10/03/2002	Viseu	Empresa de AT	76/2002	502551100	josearimateia@grupovisabeira.com	232483000
Mundusludi - Diversões e Ocupação de Tempos Livres, Unipessoal, Lda.	16/01/2007	Viseu	Empresa de AT	3/2007	504792512	geral@aquintinha.pt	914585262
Nómadas, Turismo de Aventura, Lda.	26/11/2003	Oeiras	Empresa de AT	66/2003	503887048	geral@nomadas.pt	965044202
O.k.u.p. - associação de campos de férias	09/08/2017	Viseu	Empresa de AT	1156/2017	508484227	okuparteviseu@gmail.com	914164645
Orlando ferreira pires	29/03/2018	Mangualde	Empresa de AT	547/2018	198651244	oppferreira@gmail.com	966680147
Oursea yachts - Algarve Tours, Unipessoal, Lda.	20/01/2016	Viseu	OMT	42/2016	513452770	cmsvalverde@gmail.com	916589986
Pedro magalhães marques	23/01/2020	São Miguel do mato vzl	Empresa de AT	67/2020	226561534	geral@driveway.pt	930429874
Plateia de verão - unipessoal ,Lda.	17/03/2021	Moreira nls	Empresa de AT	111/2021	510689698	fernandocarrilha@gmail.com	969919554
Propostas & itinerários – Lda.	12/08/2016	Manhouce	Empresa de AT	944/2016	513737901	c.magro@sapo.pt	232711372

## A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Quinta de Fermil - Empreendimentos Turísticos, Lda.	15/12/2015	Figueiredo das Donas	Empresa de AT	794/2015	506171990	info@quintadefermil.pt	232483340
Radical & Especial unipessoal, Lda.	16/11/2020	Castro Daire	Empresa de AT	791/2020	516104934	radical.especial@hotmail.com	936577573
Raminhos de Tomilho, Lda.	06/02/2017	Souto de Lafões	Empresa de AT	174/2017	508381479	mmf@mmf.pt	232422156
Raquel Milene balogh rodrigues	03/11/2021	Viseu	Empresa de AT	604/2021	303361930	raquelbalogh.rodrigues@gmail.com	926541529
Ricardo Jorge garcia cabral de andrade	24/07/2019	Viseu	OMT	795/2019	208082425	ricardoandrade74@gmail.com	914164645
Ritualterra, Lda.	17/03/2006	Sul	OMT	10/2006	507468309	geral@ritualterra.com	232724317
Rotas & sequências - Lda.	01/09/2017	Viseu	Empresa de AT	1282/2017	514525371	rotas.sequencias@icloud.com	910 615 151
Santacastta unipessoal Lda.	09/05/2018	Viseu	Empresa de AT	796/2018	514677651	info@santacastta.pt	960497869
Santar vila jardim, Lda.	21/05/2020	Santar nls	Empresa de AT	412/2020	513068619	info@santarvilajardim.pt	232 942 937
Sara seabra cardoso	24/05/2017	Viseu	Empresa de AT	674/2017	260591130	sseabra_salero@hotmail.com	915087281
Soito wines, Lda.	18/09/2020	Fornos de maceira dão	Empresa de AT	714/2020	509659365	Soitowines@gmail.com	963034140, 919185700
Solar de Vilar - Cooperativa de Animação Turística e Cultural	08/01/2003	Vilar de Besteiros	Empresa de AT	37/2003	504337475	geral@solardevilar.pt	232848615
Sportnatura Lda.	03/06/2011	Caramulo	Empresa de AT	188/2011	509714137	info@sportnatura.pt	916440506
Tdcmc, Lda.	19/04/2018	Viseu	Empresa de AT	668/2018	513297944	anamonteiro@asconta.pt	232088088
Termalistur - Termas de São Pedro do Sul	19/04/2006	Várzea Sps	Empresa de AT	19/2006	506817997	geral@termas-spsul.com	232720300
Traf cargo - transportes e logística unipessoal, Lda.	09/01/2020	Santar nls	Empresa de AT	19/2020	505746433	joaorego@traf.pt	232944491
Turiscaramulo - Empreendimentos Turísticos do Caramulo, S.A.	12/09/2002	Caramulo	Empresa de AT	94/2002	502580011	contabilidade@hoteldocaramulo.pt	232860100

## A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Vistuk - animação turística, unipessoal Lda.	11/04/2016	Viseu	Empresa de AT	302/2016	513768343	info@vistuk.pt	969873475
Valdovouga-eventos turísticos, Lda.	31/07/2015	Várzea sps	Empresa de AT	503/2015	513188886	valdovouga@gmail	968884200

Fonte: Elaboração própria/RNT

## Apêndice IX- Balanço financeiro de 2019/2020

Nome	Capital Próprio 2020	Capital Próprio 2019	Custos Com Pessoal 2020	Custos Com Pessoal 2019	Margem de lucro 2020	Margem de lucro 2019	Nº empregados 2020	Nº empregados 2019	Resultado líquido do exercício 2020	Resultado líquido do exercício 2019	Total do ativo 2020	Total do ativo 2019	Volume de negócios 2020	Volume de negócios 2019
3rios, Lda	40 176 621	45 788 258	872 934	1 088 713	40,97	51,38	74	86	6 388 363	11 321 507	166 218 948	182 251 446	13 134 337	18 921 301
Ahpv - Associação Hípica E Psicomotora De Viseu	63 098 549	71 959 664	3 902 051	4 870 936	-105,12	-10,32	276	307	-8 857 602	-1 422 401	147 930 482	144 176 380	8 136 847	16 085 673
Atividades Turísticas E Hoteleiras Weekend, Unipessoal, Lda	3 233 404	3 245 966	1 550 719	2 227 903	0	1,8	116	164	-1 701	58 755	14 529 733	13 851 800	1 307 226	4 547 041
Black And Blue Investimentos, S.A.	772 165	730 815	63 653	46 539	2,5	8,84	4	4	18 906	91 514	2 470 785	2 441 221	611 565	911 992
Caminhos Tranquilos - Transporte De Passageiros, Táxi, Unipessoal, Lda	151 154	151 002	62 377	55 895	0,41	9,24	5	3	152	64 374	584 993	539 735	493 944	811 615
Cankay - Actividades De Animação Turística, Unipessoal, Lda	146 832	119 272	20 521	19 734	7,74	8,25	2	2	27 560	38 252	448 403	616 871	441 752	595 279
Carcorest, Lda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Danimor, Unipessoal, Lda	429 161	336 319	74 193	105 038	8,67	4,05	5	6	33 843	22 799	744 314	745 860	354 036	597 774
Dear Wolf, Lda	2 564 829	2 640 869	14 522	15 148	-11,72	44,09	1	1	-76 040	308 234	6 147 808	6 295 922	317 427	747 791

A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Doutibelo Participações, S.A.	157 713	156 386	48 486	51 947	1,53	1,92	3	4	1 327	1 478	1 161 081	1 123 159	246 521	217 656
Draw Your Dream - Events & Consulting, Unipessoal, Lda	39 987	48 215	12 814	17 666	-5,06	17,4	1	2	-8 227	38 028	163 344	134 884	142 255	252 481
Electricmood, Lda	333 846	-87 301	91 327	61 832	-139,68	-422,47	8	4	-178 853	-189 218	1 607 996	1 477 310	123 725	57 927
Emotions And Balance, Unipessoal, Lda	-12 045	3 631	26 667	28 914	-13,09	1,8	3	3	-15 675	2 631	90 104	54 890	108 527	151 805
Empreendimentos Turísticos Monte Belo - Sociedade De Turismo E Recreio, S.A.	N.A.	3 621	N.A.	41 778	n.a.	5,3	n.a.	1	n.a.	5 720	n.a.	26 349	n.a.	81 530
Etnoideia, Lda	N.A.	43 885	N.A.	30 323	n.a.	-1,19	n.a.	2	n.a.	-1 107	n.a.	246 692	n.a.	85 097
Frotavip - Transporte Personalizado, Lda	38 689	37 357	11 001	0	2,96	9,83	1	0	1 332	14 257	176 837	178 830	60 202	184 753
Groove Sound Systems, Unipessoal, Lda	74 524	55 099	15 693	22 115	31,96	8,79	1	2	19 310	3 800	233 614	190 217	54 866	40 927
Hansamoinsohn, Unipessoal, Lda	55 437	83 494	20 497	2 777	-21,2	0,74	2	1	-12 710	425	205 684	201 270	30 274	45 871
Hélder Batista Aguiar - Eventos E Animação Turística, Unipessoal, Lda	-1 579	64 677	13 929	22 323	-112,96	-7,92	1	3	-67 042	-15 705	134 182	187 288	44 233	198 341
Isabel Fernanda Costa, Unipessoal, Lda	-21 460	-15 770	11 190	10 760	-10,93	-18,44	1	1	-5 690	-7 504	27 724	11 192	52 034	40 702
Margem Veludo, Lda	74 105	72 100	22 000	12 640	15,43	19,57	2	2	6 497	6 846	169 380	189 565	44 416	32 637

A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Marques Rilho, Unipessoal, Lda	52 689	32 230	584	15 770	42,17	-100,33	1	1	20 458	-9 030	310 047	348 077	18 017	9 000
Matos & Marcelino, Lda	58	12 630	28 264	59 515	-63,7	0,4	3	5	-29 572	-191	75 090	49 881	30 526	129 261
Maurício Rafael Almeida, Unipessoal, Lda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Mirtiwater - Serviços Ambientais E Pedagógicos, Lda	64 930	93 495	22 897	16 371	-80,11	20,1	2	2	-25 072	7 184	357 992	262 337	11 709	35 333
Moinhos Do Dão - Actividades Turísticas, Lda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Movida - Empreendimentos Turísticos, S.A.	10 747	6 647	31	0	22,92	8,31	0	0	4 100	2 778	15 096	36 529	21 230	41 161
Mundusludi - Diversões E Ocupação De Tempos Livres, Unipessoal, Lda	-7 689	-8 370	6 541	6 475	-52,55	1,95	1	1	-8 813	612	13 202	22 854	12 577	33 406
Nómadas - Turismo De Aventura, Lda	-33 977	-23 038	2 615	265	-78,45	-49,68	1	1	-10 939	-10 119	48 920	57 015	13 941	20 366
Oursea Yachts - Algarve Tours, Unipessoal, Lda	7 145	6 169	0	0	7,17	2,41	0	0	975	174	36 954	30 850	12 990	6 206
Plateia De Verão, Unipessoal, Lda	11 565	1 182	0	0	87,35	-68,82	0	0	10 383	-671	13 525	2 675	13 585	976
Propostas & Itinerários, Lda	-7 211	134	10 757	866	-59,89	n.s.	1	2	-7 345	-866	575	1 000	12 265	0
Quinta De Fermil - Empreendimentos Turísticos, Lda	N.A.	5 901	N.A.	12 050	n.a.	-105,56	n.a.	2	n.a.	-12 726	n.a.	35 281	n.a.	11 748
Radical & Especial, Unipessoal, Lda	-2 010 170	-1 203 971	0	0	-6 754,43	-91,34	0	0	-806 199	-27 483	943 218	1 762 379	0	0

A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Raminhos De Tomilho, Lda	2 233	-7 939	7 808	6 976	18,62	-16,8	1	1	1 972	-2 563	17 658	6 517	4 406	15 251
Ritualterra, Lda	-43 091	-31 253	8 539	6 897	-112,93	-226,86	1	1	-11 838	-9 430	20 696	27 598	10 482	4 157
Rotas & Sequências, Unipessoal, Lda	28 418	32 429	10 323	10 123	-41,32	-1,34	1	1	-4 053	-227	30 762	33 805	9 809	16 865
Santacastta, Unipessoal, Lda	-1 474	N.A.	8 818	N.A.	-111,64	n.a.	1	n.a.	-8 494	n.a.	27 736	n.a.	2 469	n.a.
Santar Vila Jardim, Lda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Soito Wines, Lda	-12 591	-6 074	4 203	0	-132,9	-71,34	1	0	-6 517	-5 182	12 468	11 992	1 347	7 222
Sportnatura Unipessoal, Lda	-27 160	1 937	0	14 714	-2 043,64	-1 430,77	0	2	-28 928	-33 701	5 737	54 447	1 031	1 949
Tdcmc, Lda	-937	402	0	0	-231,71	-4,93	0	0	-1 339	-143	6 612	7 420	0	2 487
Termalstur - Termas De S. Pedro Do Sul, E.M., S.A.	1 786 156	502 565	110 270	86 214	64 492,04	71,85	4	4	43 334	421 019	4 280 288	5 690 229	338 200	225 800
Traf Solutions, Unipessoal, Lda	0	-17 856	1 572	8 910	-6 480,10	-64,51	1	1	-7 825	-6 372	0	7 672	121	9 877
Turiscaramulo - Empreendimentos Turísticos Do Caramulo, S.A.	1 016	1 894	0	0	n.s.	n.s.	0	0	-878	-106	1 088	1 914	0	0
Vistuk - Animação Turística, Unipessoal, Lda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Vlv - Valdovouga - Eventos Turísticos, Lda	-1 942	N.A.	2 299	N.A.	n.s.	n.a.	1	n.a.	-2 442	n.a.	614	n.a.	0	n.a.

Fonte: Elaboração própria/ SABI

## Apêndice X- Registo das entrevistas

Nome	Dia	Estado da entrevista	Notas
Groove Sound Systems unipessoal	15/11/2022; 15h30	Realizada	Recusou-se a participar.
Hansamoinsohn unipessoal	15/11/2022; 17h30	Realizada	Recusou-se a participar.
Plateia de verão unipessoal	15/11/2022; 17h40	Realizada	Afirma não ter receitas pois começou a sua atividade em 2021 não podendo por isso responder aos dados de 2020.
Tdmc	15/11/2022; 15h30	Realizada	Diz que é contabilidade e não conseguem ajudar.
Ritualterra	23/11/2022; 16h55	Realizada	Deixaram de exercer turismo em 2018.
Matos & Marcelino	23/11/2022; 16h30	Realizada	Não atendeu 2X.
Electric mood	15/11/2022; 14h40 23/11/2022; 15h50	Realizada	Número estrangeiro; Não existe na internet.
Carcorest	23/11/2022; 15h00	Realizada	Entrou em insolvência.
Etnoideia	15/11/2022; 16h00 23/11/2022; 16h50	Realizada	Número indisponível.
Rotas & sequências unipessoal	23/11/2022; 17h05; 23/11/2022; 20h30 24/11/2022; 11h30 24/11/2022; 15h10	Realizada	De todas vezes que foi contactada, adiou sempre a entrevista.
Marques Rilho	23/11/2022; 16h20	Realizada	Não atendeu 2X.
Mirtewater	23/11/2022; 16h40	Realizada	Número indisponível.
Doutibelo participações-visa	15/11/2022; 14h45 23/11/2022; 16h45	Realizada	Email incorreto; Confusão com os responsáveis total de 4 chamadas sem sucesso.
Movida- Visabeira	15/11/2022; 14h40 23/11/ 2022; 17h00	Realizada	Não fazem questionários por telefone.
Empreendimentos turísticos montebelo- Visabeira	28/07/2022; 23/11/2022	Realizada	Email incorreto; Confusão com os responsáveis; total de 4 chamadas sem sucesso.
Valdovouga	16/11/2022; 15h00	Realizada com sucesso	Têm tido muita procura mas disponibilizaram-se para responder.
3rios	18/11/2022; 16h30	Realizada com sucesso	Apesar de terem respondido ao email de apresentação, foram contactados para a realização do inquérito.
Atividades Turísticas weekend	11/08/2022; 10h35	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.

### A performance das empresas de AT durante a pandemia- caso de estudo da região Viseu Dão-Lafões

Black and Blue investimentos	23/11/2022; 15h25	Realizada com sucesso	Esta empresa deixou de existir passando a ser Costa do sal. Contribuíram com mais informações para o estudo.
Caminhos tranquilos	23/11/2022; 14h50	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Cankay	23/11/2022; 19h50	Realizada com sucesso	Apesar de afirmar estar prestes a encerrar portas, decidiu colaborar no inquérito.
Danimor	15/11/2022; 14h40	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Dear Wolf	23/11/2022; 17h00	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Draw your dreams	15/11/2022; 15h00	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Emotions and balance	23/11/2022; 16h05	Realizada com sucesso	Contribuíram com informações adicionais para o estudo.
Hélder Batista Aguiar	15/11/2022; 15:30	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Margem veludo	23/11/2022; 16h20	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Maurício Rafael Almeida	23/11/2022; 16h40	Realizada com sucesso	Existe grande probabilidade de parar a atividade, mas contribuíram para o estudo.
Moinhos do dão	10/08/2022 16h40	Realizada com sucesso	A proprietária encontrava-se no estrangeiro mas foi realizado na mesma.
Mundusludi	10/08/2022; 16h00	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Oursea Yachts	10/08/2022; 16h10	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Quinta de fermil	15/11/2022; 16h30	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Radical & especial	15/11/2022 ; 16h40	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Santacastta	16/11/2022; 13h45	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Santar vila jardim	18/11/2022; 13h15	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Soito wines	16/11/2022; 14h40	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Termalistur	16/11/2022; 15h00	Realizada com sucesso	Têm tido muita procura mas disponibilizaram-se para responder.
Traf solutions	23/11/2022; 18h45	Realizada com sucesso	Cedeu dados sobre a sua empresa para a concretização do estudo.
Isabel Fernanda costa	24/11/2022; 19h15	Realizada com sucesso	Contribuíram com informações adicionais para o estudo.
Ahpv	24 /11/2022; 11h30	Realizada com sucesso	Contribuíram com informações adicionais para o estudo.
Sportnatura	05/12/2022; 14h40	Realizada com sucesso	Contribuíram com informações adicionais para o estudo.

Fonte: Elaboração própria

## Apêndice XI- Autenticação do estudo