



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

Catarina Alexandra Gândara de Oliveira Lopes Gouveia

IMPACTOS DA PANDEMIA COVID-19 NAS VIAGENS E NO TURISMO: O CASO DA REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

Dissertação de Mestrado em Turismo, Territórios e Património, orientada pela
Professora Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira, apresentada ao
Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra

outubro de 2021

FACULDADE DE LETRAS

IMPACTOS DA PANDEMIA COVID-19 NAS VIAGENS E NO TURISMO: O CASO DA REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Dissertação
Título	Impactos da Pandemia COVID-19 nas viagens e no Turismo: o caso da Região Centro de Portugal
Autora	Catarina Alexandra Gândara de Oliveira Lopes Gouveia
Orientadora	Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira
Júri	Presidente: Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás Vogais: 1. Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos 2. Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira
Identificação do Curso	2º Ciclo em Turismo, Território e Patrimónios
Especialidade/Ramo	Turismo
Data da defesa	09-12-2021
Classificação	19 valores



Resumo

Impactos da Pandemia COVID-19 nas viagens e no Turismo: o caso da Região Centro de Portugal

A presente dissertação de Mestrado, intitulada por *Impactos da Pandemia COVID-19 nas viagens e no Turismo: o caso da Região Centro de Portugal*, visa compreender a evolução da Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2 (SARS-CoV-2) ou COVID-19, desde 2020, em Portugal e no setor do turismo. Pretende-se interpretar os comportamentos dos turistas face à escolha das suas viagens num contexto pré-pandemia e, de que forma os hábitos de viagens dos mesmos se modificaram perante a COVID-19.

A História está marcada pela ocorrência de diversas pandemias, tais com a Gripe Espanhola, a Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS), a Síndrome respiratória do Médio Oriente (MERS), que em muito derivam da crescente globalização e da movimentação das pessoas para diferentes partes do mundo, tornando o aparecimento das mesmas mais suscetíveis. Neste contexto, o turismo acaba por representar um papel fulcral na divulgação de doenças contagiosas, tendo muitas vezes, impactos globais desastrosos.

Na última década, em Portugal, o setor turístico encontrava-se em forte ascensão, com subidas sustentadas e contínuas nas receitas e chegadas internacionais. O país foi distinguido com diversos prémios *World Travel Awards*, entre eles o prémio de principal destino turístico do Mundo e da Europa, concorrendo com várias potências turísticas. Contudo, a COVID-19 atual pandemia cessou abruptamente o setor das viagens em Portugal, imobilizando a circulação das pessoas, resultando, assim em significativas mudanças nos comportamentos dos turistas no planeamento e consumo das viagens.

Com o objetivo de obter uma melhor compreensão da realidade do impacto da COVID-19 no sector turístico e, possíveis mudanças consequentes desse impacto no comportamento dos turistas, foi realizado um inquérito por questionário a mais de 300 turistas nacionais e internacionais no Centro de Portugal, uma das regiões mais diversas em termos turísticos no país. Os resultados permitiram perceber que a COVID-19 teve um impacto negativo nos planos de viagem, decisões e consumos turísticos. De outro modo, foi também possível avaliar a alteração de comportamentos e aceitação das novas medidas de segurança impostas no contexto da pandemia.

Palavras-chave: Comportamentos dos turistas; COVID-19; Pandemias e Epidemias; Turismo de Portugal; Viagens.

Abstract

Impacts of the COVID-19 Pandemic on Travel and Tourism: the case of the Central Region of Portugal

This Master's thesis, entitled *Impacts of the COVID-19 Pandemic on Travel and Tourism: the case of the Central Region of Portugal*, aims to understand the evolution of the *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)* or COVID-19, since 2020, in Portugal and in the tourism sector. It is intended to interpret the behavior of tourists in relation to the choice of their trips in a pre-pandemic context and how their travel habits have changed due to COVID-19.

History is marked by the occurrence of several pandemics, such as the *Spanish Flu*, the *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*, the *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)*, which largely derive from the growing globalization and the movement of people to different parts world, making their appearance more susceptible. In this context, tourism ends up playing a key role in the dissemination of contagious diseases, often having disastrous global impacts.

In the last decade, in Portugal, the tourism sector was on a strong rise, with sustained and continuous rises in international arrivals and revenues. The country was distinguished with several World Travel Awards, including the award for the main tourist destination in the World and Europe, competing with various tourist powers. However, the current COVID-19 pandemic abruptly ended the travel sector in Portugal, immobilizing the movement of people, thus resulting in significant changes in the behavior of tourists in travel planning and consumption.

To obtain a better understanding of the reality of the impact of COVID-19 on the tourism sector and possible changes resulting from this impact on tourist behavior, a questionnaire was conducted among more than 300 national and international tourists in the Center of Portugal, one of the most diverse regions in terms of tourism in the country. The results showed that COVID-19 had a negative impact on travel plans, decisions, and tourist consumption. Otherwise, it was also possible to assess the change in behavior and acceptance of the new security measures imposed in the context of the pandemic.

Keywords: Tourist Behavior, COVID-19, Pandemics and Epidemics, Tourism in Portugal, Travels.

Índice

Resumo	iii
Abstract	<i>iv</i>
Índice.....	v
Índice de Tabelas	viii
Índice de Figuras	ix
Índice de Apêndices.....	x
Lista de Siglas e acrónimos.....	xi
Introdução	1
1. Objetivos da Investigação e Questões de Partida	3
2. Metodologia de Investigação e Estrutura da Dissertação	4
Capítulo I – Epidemias e Pandemias ao longo da História	7
1. Epidemias vs. Pandemias e seus aparecimentos.....	7
1.1. Breve definição de Pandemia e Epidemia.....	7
1.2. Vários tipos de vírus <i>influenza</i> e o que os distingue de uma pandemia	9
1.3. Principais epidemias e pandemias derivadas do vírus <i>influenza</i> evidenciadas nos séculos XX e XXI.....	12
1.3.1. Gripe Espanhola (H1N1) – 1918.....	13
1.3.2. Gripe Asiática (H2N2) - 1957.....	13
1.3.3. Gripe de Hong Kong (H3N2) - 1968.....	14
1.3.4. Gripe das Aves (H5N1) – 2003 – 2007	14
1.3.5. Gripe Suína (H1N1) - 2009	15
2. Coronavírus.....	16
2.1. Breve definição de Coronavírus	16
2.2. SARS (<i>Severe Acute Respiratory Syndrome</i>).....	17
2.3. MERS (<i>Middle East Respiratory Syndrome</i>).....	20
3. Aparecimento do novo coronavírus (SARS-CoV-2).....	21
Capítulo II – O setor turístico e os impactos da COVID-19	26
1. Turismo e sua importância – Na era pré COVID-19.....	26
1.1. Turismo no Mundo e futuras projeções.....	26
1.2. Turismo em Portugal: Enquadramento Geográfico, contextualização do turismo e futuras projeções	28
2. Turismo durante a era COVID-19.....	33

2.1. Turismo no mundo durante a era COVID-19.....	33
2.2. Turismo durante a era COVID-19 em Portugal.....	35
2.2.1. Evolução da pandemia e das medidas de mitigação realizadas em Portugal para ajudar no combate contra a pandemia.....	35
2.2.2. Plano de vacinação contra a COVID-19 em Portugal	38
2.2.3. Breve abordagem dos impactos das medidas implementadas na atividade turística de Portugal	40
2.2.4. Abordagem das medidas de prevenção da COVID-19 nas empresas	42
2.2.5. Impactos da COVID-19 no tráfego aéreo com destino e a partir de Portugal ..	44
2.2.6. Medidas de higiene impostas pela ANA Aeroportos de Portugal.....	46
3. O Turismo após a era COVID-19	47
3.1. Projeções e alterações previstas no turismo pós-COVID-19.....	47
3.2. Projeções e alterações previstas no turismo português pós-COVID-19	50
Capítulo III – Abordagem de conceitos em Turismo	52
1. Turismo e turista	52
2. Viagens, viajante e objetivos principais de uma viagem: lazer.....	53
3. Destinos Turísticos e os seus elementos	54
3.1. Transportes	55
3.2. Alojamento.....	55
3.3. Atrações, Atividades e Instalações	57
4. Comportamento do consumidor no processo de tomada de decisão de uma viagem.....	58
4.1. Comportamento do Consumidor	58
4.2. Processo de tomada de decisão de uma viagem	59
5. Perceção de Risco e risco de saúde nas viagens.....	62
6. Importância da segurança de saúde nas viagens	63
7. Síntese de estudos realizados acerca dos efeitos da pandemia no comportamento dos consumidores.....	65
Capítulo IV – Estudo de caso: Região Centro de Portugal.....	71
1. Enquadramento geográfico do Centro de Portugal.....	71
2. Oferta e procura turística na Região Centro de Portugal	74
2.1. Principais atrações e produtos turísticos do Centro de Portugal.....	76
2.2. Impactos da COVID-19 no Turismo da Região Centro de Portugal	81
3. Previsões e projeções do Turismo da Região Centro Pós-COVID-19.....	86

4. Divulgação de Portugal como um destino turístico de eleição durante a pandemia por parte das entidades do Turismo de Portugal e Turismo Centro de Portugal	86
Capítulo V - Metodologia	89
1. Questões de Investigação e Formulação de Hipóteses	89
2. Recolha de informação	92
3. Importância de um inquérito por questionário como metodologia de investigação.....	93
4. Desenvolvimento do questionário e Processo de Amostragem.....	94
5. Testes não paramétricos – Teste do Sinal	95
6. Estrutura e objetivos do questionário	96
Capítulo VI – Descrição dos Resultados	98
1. Perfil da Amostra	98
1.2. Características das viagens pré COVID-19.....	101
1.3. Características das viagens durante e pós COVID-19.....	106
1.4. Medidas de Higiene e Segurança	112
2. Teste das Hipóteses	119
2.1. Grau de utilização/preferência do alojamento: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico.....	119
2.2. Forma de compra/planeamento das viagens: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico.....	120
2.3. Grau de utilização/preferência dos transportes: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico.....	120
2.4. Sensação de segurança para praticar várias atividades turísticas: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico	121
2.5. Perceções de segurança quando viaja no estrangeiro e em território: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico	122
Conclusões	124
1. Resultados e Implicações para a Ciência	126
2. Implicações para a Gestão	130
3. Limitações e futuras linhas de investigação	133
Bibliografia/Fontes Consultadas	135
APÊNDICES	157

Índice de Tabelas

Tabela 1: Principais diferenças entre uma gripe sazonal e uma gripe pandémica.....	11
Tabela 2: Pandemias registadas desde os finais do século XIX até à atualidade, provocadas pelo vírus da gripe.....	12
Tabela 3: Principais diferenças entre as três pandemias derivadas do coronavírus.....	23
Tabela 4: Comparação entre a COVID-19 e a Gripe Comum.....	24
Tabela 5: Número e proporção de pessoas que visitaram as cidades no Centro de Portugal nos últimos 3 anos, num contexto pré-pandémico.....	102
Tabela 6: Preferência dos vários tipos de alojamento num contexto de férias/lazer pré pandemia.....	103
Tabela 7: Preferência dos vários tipos de planeamento num contexto de férias/lazer.....	104
Tabela 8: Preferência dos vários tipos de transporte num contexto de férias/lazer.....	104
Tabela 9: Nível de segurança sentido nas várias atividades turísticas num contexto de férias/lazer.....	105
Tabela 10: Número e proporção de pessoas que visitaram as cidades no Centro de Portugal durante a pandemia COVID-19.....	107
Tabela 11: Preferência dos vários tipos de alojamento durante a pandemia.....	108
Tabela 12: Preferência dos vários tipos de planeamento durante a pandemia.....	109
Tabela 13: Preferência dos vários tipos de transporte durante a pandemia.....	109
Tabela 14: Nível de segurança sentido nas várias atividades turísticas durante e pós pandemia.....	111
Tabela 15: Grau de concordância com as medidas de segurança impostas pelo Governo.....	114
Tabela 16: Nível de perceção de risco do inquirido quando viaja no seu país.....	116
Tabela 17: Nível de perceção de risco do inquirido quando viaja no estrangeiro.....	118
Tabela 18: Teste do Sinal - Alojamento pré e durante a pandemia.....	119
Tabela 19: Teste do Sinal - forma de compra/planeamento pré e durante a pandemia.....	120
Tabela 20: Teste do Sinal - Grau de utilização/preferência dos transportes pré e durante a pandemia.....	121
Tabela 21: Teste do Sinal - Sensação de segurança para praticar várias atividades turísticas pré e durante a pandemia.....	122
Tabela 22: Teste do Sinal - Perceções de segurança quando viaja no estrangeiro e em território nacional.....	123

Índice de Figuras

Figura 1: Resultados da generalidade dos meios de Alojamento Turístico	30
Figura 2: Dormidas na generalidade dos meios de alojamento turístico, segundo o país de residência habitual	31
Figura 3: Chegadas de turistas internacionais em 2020 em todo o mundo	34
Figura 4: Medidas de prevenção adequadas contra a COVID-19 que as empresas devem contemplar	43
Figura 5: Modelo do comportamento do consumidor	59
Figura 6: Processo de tomada de decisão.....	60
Figura 7: Comunidades Intermunicipais pertencentes à região Centro de Portugal.....	72
Figura 8: Número de municípios (NUTs III) pertencentes às oito CIMs da região Centro de Portugal	73
Figura 9: Recursos culturais e naturais existentes na Região Centro	77
Figura 10: Dormidas entre janeiro e dezembro de 2020 no Centro de Portugal	82
Figura 11: Dormidas entre janeiro e dezembro de 2020 em Portugal	83
Figura 12: Dormidas entre janeiro e agosto de 2021 no Centro de Portugal.....	83
Figura 13: Dormidas entre janeiro e agosto de 2021	84
Figura 14: Dormidas entre janeiro e julho de 2021 por CIM	85
Figura 15: Género dos Inquiridos.....	98
Figura 16: Região/província de residência.....	99
Figura 17: Ano de Nascimento.....	99
Figura 18: Nível de Escolaridade	100
Figura 19: Ocupação Profissional.....	100
Figura 20: Nuvem de palavras referente às medidas de segurança sugeridas pelos inquiridos	113

Índice de Apêndices

Apêndice I: Questionário	158
Apêndice II: Inferência Estatística - Tabela de Frequência	164
Apêndice III: Inferência Estatística – Teste do Sinal	165

Lista de Siglas e acrónimos

AL - Alojamento Local

AT - Autoridade Tributaria

ANA - Aeroportos e Navegação Aérea

BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa

CCDRC - Centro Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CCPD - Centro de Controlo e Prevenção de Doenças

CEPCD - Centro Europeu de Prevenção e Controlo das Doenças

CID - Classificação Internacional de Doenças

CIM - Comunidades Intermunicipais

DGS - Direção Geral de Saúde

DNA - *Developing Natural Activities*

DRCC - Direção Regional da Cultura do Centro

ERPI - Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas

Et al. - *et al* (e outros)

EUA - Estados Unidos da América

ICTV - Comitê Internacional de Taxonomia de Vírus

IPCAMP - Inquérito à Permanência de Campistas em Parques de Campismo

IPCOL - Inquérito à Permanência de Colonos nas Colónias de Férias

IPHH - Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria

INE - Instituto Nacional de Estatística

MERS - Síndrome respiratória do Médio Oriente

nº. - Número

NUT - Nomenclatura de Unidade Territorial

OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico

OGD - Organizações de Gestão de Destinos

OMS - Organização Mundial de Saúde

OMT - Organização Mundial do Turismo

p. - Página

pp. - Páginas

PIB - Produto Interno Bruto

RNCCI - Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados

s/d - Sem data

SARS - Síndrome Respiratória Aguda Grave

SARS-CoV-2 - Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2

SIDA - Síndrome da Imunodeficiência Adquirida

SNS - Sistema Nacional de Saúde

SPSS - *Statistic Program for Social Sciences*

TCP - Turismo do Centro de Portugal

TER - Turismo em Espaço Rural

TH - Turismo de Habitação

TP - Turismo de Portugal

UCI - Unidade de Cuidados Intensivos

UE - União Europeia

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNWTO - *World Tourism Organization*

WHO - *World Health Organization*

ZPE – Zona de Proteção Especial

Introdução

Ao longo das últimas décadas, a globalização acarretou “mudanças nas relações entre sociedades e indivíduos a todos os níveis, sustentado pelo desenvolvimento tecnológico das comunicações e dos transportes” (Kaizeler, 2015, p.24). Com isto, a indústria do turismo tem vindo a ganhar notoriedade, sendo entendido como uma das maiores atividades de desenvolvimento económico local, regional, nacional e internacional (Neto, 2001; Meireles, 2017; Paiva, 2019).

Para o setor do turismo, o ano de 2019, foi bastante proveitoso, marcando cerca de 1,5 mil milhões de chegadas de turistas internacionais a nível global (World Tourism Organization [UNWTO], 2021a). Devido ao crescimento colossal que se estava a sentir na indústria do turismo, as expectativas para o ano 2020 eram, de igual modo, proeminentes, prevendo-se que o número de chegadas de turistas internacionais aumentasse para 1,8 mil milhões de chegadas em 2030 (UNWTO, 2011). Portugal não foi exceção este crescimento e expansão da indústria do turismo, tendo sido, pela primeira vez, em 2017, considerado o melhor destino turístico da Europa e do Mundo, adquirindo este prémio ininterruptamente até ao ano de 2020 (*World Travel Awards*, 2021).

Apesar da indústria turística se mostrar resiliente face a múltiplos eventos, riscos e catástrofes naturais que já a afetaram e abalaram, tais como sismos, furacões, tsunamis, terrorismo, crime, violência e guerras (Brás, 2012; Çetinsöz & Ege, 2013; Semedo, 2019; Chebli & Said, 2020), as pandemias, como a Gripe Espanhola, a SARS, a MERS, acabam por ter efeitos negativos mais distendidos (Hall, Scott & Gössling, 2020; Romagosa, 2020).

O ano de 2020, entendido como um ano atípico, marcou o eclodir da pandemia COVID-19 que irá ser rememorada por destruir milhares de vidas e arrasar a indústria do turismo de forma inesperada e violenta (Seabra, AlAshry, Çinar, Raja, Reis, & Sadiq, 2021a). A proporção que a COVID-19 ganhou a nível mundial, originou uma estagnação global (Higgins-Desbiolles, 2020), provocando consequências catastróficas nas várias esferas do setor do turismo, que se manifestaram através de quedas inigualáveis aquando comparado com os anos anteriores.

A região Centro de Portugal, apesar de ter sofrido uma queda de 52,9% no número de dormidas em 2020, representou 13,0% das dormidas globais registadas em Portugal nesse ano (INE, 2021a). Os turistas nacionais imperaram durante todo o ano de 2020, representando 77,8% dos 3,3 milhões de dormidas registados na região. Para além disto, de acordo com os dados obtidos através do Inquérito à Procura Turística dos Residentes,

em 2020, a região Centro manteve a sua posição como principal destino nacional (32,4% do total), com 4,4 milhões de viagens, embora tenha decrescido 36,9% face ao ano anterior. O “lazer, recreio ou férias” foi a principal motivação destas deslocações (peso de 48,6% das deslocações para a região Centro, +5,7 p.p. face a 2019) ultrapassando a “visita a familiares ou amigos” que perdeu representatividade (41,1%, -4,6 p.p.) (INE 2021a, p. 51).

Estas quedas, tanto a nível nacional como internacional, foram o resultado das restrições impostas pelos vários governos, entre elas o distanciamento social, o autoisolamento, a quarentena, o recolher obrigatório, as proibições de viagens e o encerramento de todos os estabelecimentos comerciais e culturais. Este cenário funesto, instigado pela COVID-19 conduziu a uma grande crise, não só mental como económica e social (Koley & Dhole, 2020). Hábitos que *à priori* eram julgados como garantidos e considerados rotineiros na vida cidadina, como por exemplo a mobilidade desobstruída, rapidamente foram condicionados e muitos desautorizados (Parady, Taniguchi & Takami, 2020; Seabra et al., 2021a).

A segurança e proteção sempre foram elementos indispensáveis para a realização de viagens e para o crescimento da indústria turística, tornando os turistas, cada vez mais conscientes destes aspetos (Kóvári & Zimányi, 2011; Poku & Boakye, 2019). Contudo, o medo de contaminação deixou os turistas receosos, apreensivos na hora de viajar (Zheng, Luo & Ritchie, 2021). Ao exponencial aumento do número de casos evidenciado ao longo de 2020, a segurança física foi posta em causa.

Portugal destaca-se por ser um território bastante seguro, não tendo qualquer historial de ataques terroristas, crime ou violência, sendo a segurança e hospitalidade do povo português duas características mais apontadas para a satisfação dos turistas internacionais que visitam o país (Vieira, 2019; Seabra, Reis & Abrantes, 2020). Contudo, devido à COVID-19, a segurança, nomeadamente a segurança sanitária, passaram a ser destacadas como elementos primordiais na escolha de um destino, quer este seja nacional ou internacional (Soares, Gabriel & Romo, 2020; Seabra, Silva, Paiva, Reis & Abrantes, 2021c).

Em vários estudos levados a cabo por vários investigadores na área do comportamento do consumidor, denota-se que a vontade de viajar ainda continua bastante iminente nos turistas (DNA, 2020; Ivanova, Ivanov & Ivanov, 2020; Chebli & Said, 2020). Contudo, o medo de contrair a COVID-19 tornou-se inato ao ser humano, logo, os turistas vão preferir e optar por realizar viagens para locais menos massificados, com grupos conhecidos devido ao medo de contágio, preferindo, assim, viajar com as suas próprias famílias (Chebli & Said, 2020; DNA, 2020; Nazneen, Hong & Din, 2020).

Com isto, o transporte privado irá ganhar ênfase (DNA, 2020; De Vos, 2020), assim como o turismo nacional, que ressaltará face ao turismo internacional, com os turistas a preferirem viajar dentro do seu próprio país (Brito-Henriques et al., 2020; Ivanova et al., 2020; Soares et al., 2020). Deste modo, as viagens nacionais acabarão por ser o grande impulsionador do turismo e da economia de cada país (*Tendance Hotellerie*, 2020), e os destinos naturais serão os prediletos por parte dos viajantes (*Tendance Hotellerie*, 2020; DNA, 2020; Soares et al., 2020).

De modo a entender mais sobre as mudanças de comportamento, os objetivos desta investigação prendem-se com a necessidade de compreender a influência da pandemia no turismo de Portugal e Centro de Portugal, analisando o impacto desta doença nas mudanças de comportamentos dos consumidores perante as viagens.

Além de almejar sustentar os vários estudos realizados no estrangeiro, com esta investigação também se deseja contribuir para a ciência através da aplicação de uma metodologia empírica que permita analisar a relação entre o Comportamento do Consumidor em Turismo com os impactos da pandemia nos seus planos de viagem.

1. Objetivos da Investigação e Questões de Partida

A presente dissertação de Mestrado, intitulada por *Impactos da Pandemia COVID-19 nas viagens e no Turismo: o caso da Região Centro de Portugal*, visa, primeiramente, compreender a evolução da pandemia COVID-19 desde 2020 em Portugal e no setor do turismo. Após esta análise, pretende-se interpretar os comportamentos dos turistas face à escolha das suas viagens num contexto pré-pandemia, e de que forma os hábitos de viagens dos mesmos se modificaram devido à COVID-19.

Todo o tema da COVID-19 e o impacto que terá no turismo e, conseqüentemente, na mudança de comportamento dos turistas relativamente às suas viagens, ainda se encontra bastante fértil, tanto que, vários investigadores se encontram presentemente a analisar esta temática. As mudanças de comportamento dos turistas relativamente às viagens começaram a ser alvo de estudo, demonstrando as várias características que iram predominar no setor do turismo pós COVID-19.

No entanto, os estudos relativos à COVID-19 em Portugal ainda são escassos com algumas exceções. Assim, através desta investigação, pretende-se contribuir para o desenvolvimento do estudo científico nesta área específica e contribuir para colmatar esta lacuna.

Para efetuar uma pesquisa mais detalhada relativamente ao tema em questão, foi necessário efetuar uma abordagem conceptual através da revisão e síntese da literatura mais

relevante no contexto do tema em estudo. Foi igualmente necessário definir uma pergunta de investigação: **Quais os impactos da COVID-19 no comportamento de viagens dos turistas do Centro de Portugal num contexto pandémico.**

Com esta prógona investigação, tenciona-se verificar de que modo a COVID-19 veio afetar o comportamento dos turistas no Centro de Portugal face a vários aspetos relacionadas com as viagens. Todavia, esta investigação pretende, também, responder às seguintes questões:

P₁: Quais os impactos da COVID-19 no setor do turismo de Portugal e no Centro de Portugal?

P₂: Quais as principais conclusões obtidas nos vários estudos publicados até à data sobre o impacto da COVID-19 na atividade turística?

P₃: Quais são as diferenças que esta pandemia irá impor nas mudanças de comportamento relativamente aos hábitos de viagens dos turistas, tendo em consideração um pré e um pós pandemia?

P₄: Perante a COVID-19, quais as repercussões nos diversos elementos da viagem (transporte, alojamento e planeamento).

P₅: Quais as atividades turísticas que os turistas estão dispostos a realizar na presença da COVID-19?

P₆: Quais as medidas/restrições que irão assumir e aceitar para se sentirem mais seguros em relação à pandemia?

P₇: Existe uma perceção de medo em viajar dentro e fora do país de residência?

Assim, após a apresentação dos principais objetivos e das questões que motivam esta investigação e às quais se pretende responder, é de todo o interesse apresentar a designada metodologia, assim como a estrutura deste trabalho.

2. Metodologia de Investigação e Estrutura da Dissertação

Como se pretende responder à pergunta-partida e às questões de investigação propostas anteriormente referidas, foi necessário recorrer a várias metodologias de investigação, nomeadamente a análise baseada em livros, artigos científicos e dissertações em formato digital.

Para a realização do estudo de caso, optou-se pelo inquérito por questionário. A aplicação desta metodologia permitiu estudar e analisar as mudanças de comportamentos que os inquiridos tinham num contexto pré-pandemia e numa conjuntura pós-pandemia.

Relativamente à sua constituição, esta dissertação é composta pela introdução, seis capítulos e a conclusão, podendo ser dividida em duas partes: a primeira parte, onde é retratada uma abordagem teórica, e a segunda parte, focada essencialmente no estudo de caso onde integra a metodologia.

Neste sentido, esta investigação inicia-se com a introdução ao estudo. O objetivo central da introdução é apresentar o tema desta dissertação, os objetivos, a metodologia, as questões de partida e a sua estrutura.

O capítulo I, intitulado por “Pandemias e Epidemias ao longo da História”, aborda e contextualiza algumas epidemias e pandemias outrora vividas. Este capítulo começa com uma pequena introdução, seguindo-se uma definição e distinção dos conceitos de “pandemia” e “epidemia”.

Ainda no seu conteúdo, são retratadas algumas diferenças entre o vírus *influenza* e o vírus da gripe sazonal, assim como as pandemias resultantes do vírus *influenza*, tais como: a Gripe Espanhola, a Gripe Asiática, a Gripe de Hong Kong, a Gripe das Aves e a Gripe Suína. Posto isto, será efetuada uma contextualização do vírus coronavírus, destacando as diferenças e semelhanças entre a SARS, a MERS e a COVID-19, pandemias anteriormente vividas, que advêm deste vírus e que impactaram o setor do turismo.

No que concerne ao capítulo II, referente ao “Setor turístico e os impactos da COVID-19”, o principal intuito passa por dar a conhecer a indústria turística no período pré pandemia, como é que a mesma veio danificar o setor do turismo, e quais as alterações que nela se encontram intrínsecas, encontrando-se dividido em três partes:

- a 1ª parte corresponde ao “Turismo e sua importância – na era pré COVID-19” onde serão expostos os dados mais recentes do turismo (2019, 2020 e 2021), em todo o mundo e em Portugal, assim como as previsões deste setor para o futuro;
- a 2ª parte diz respeito ao “Turismo durante a era COVID-19”. Neste ponto da investigação, apresentam-se os impactos da COVID-19 no mundo, exemplificando algumas quedas que o setor do turismo sofreu, nomeadamente no ano de 2020 e 2021. É também exposto, de uma forma breve, a evolução desta crise sanitária em Portugal e quais as consequências sentidas no setor do turismo devido às diversas medidas de mitigação que foram tomadas em prol da segurança, em particular no setor das viagens e na atividade turística de Portugal;
- a 3ª parte foca-se no “Turismo após a era COVID-19” enfatizando possíveis projeções e alterações previstas no turismo pós COVID-19 a nível mundial e nacional.

Quanto ao capítulo III, designado por “Abordagem de conceitos em Turismo”, são apresentadas definições pertinentes para um melhor entendimento desta dissertação, entre elas, turismo, turista, viagens, viajante, destinos turísticos e os seus elementos. Terá, de igual modo, um ponto referente ao comportamento do consumidor na tomada de decisão de uma viagem, onde serão descritas as várias etapas que, segundo vários autores, o consumidor passa aquando da decisão de viajar. Após esta abordagem, será avaliada a perceção de risco, risco de saúde nas viagens, importância da segurança e importância de segurança na saúde nas viagens. Para finalizar, serão também sintetizados estudos recentes sobre as mudanças de comportamento de viagens, tentando verificar quais são as novas preocupações dos turistas na atualidade.

O capítulo IV corresponde ao estudo de caso: Região Centro de Portugal. Neste capítulo começa-se por destacar esta região como destino turístico, abordando as várias regiões que a integram, os seus elementos identitários e seus atrativos. Indica, também, os níveis de crescimento turístico referente ao ano de 2019 e, posteriormente, os impactos da COVID-19 nesta região nos anos de 2020 e 2021, assim como possíveis previsões e projeções do Turismo no Centro de Portugal pós COVID-19.

Em seguida, no capítulo V, explicita-se a Metodologia utilizada, onde são apresentadas as questões de investigação e a formulação de hipóteses a que se pretende afirmar ou refutar. É, de igual modo, apresentado a recolha de informação, a importância de um inquérito por questionário como metodologia de investigação, o desenvolvimento da construção de todo o questionário e o processo de amostragem.

O capítulo VI debruça-se sobre os resultados obtidos através do questionário *online*. De uma forma mais detalhada, este questionário encontra-se dividido em quatro partes: as características das viagens pré COVID-19, das viagens durante e pós COVID-19, as medidas de higiene e segurança e a informação sociodemográfica.

Por último, no capítulo denominado por “Considerações Finais” sintetizar-se-á, num primeiro momento, uma retrospectiva da investigação, seguindo-se da discussão de resultados da análise dos questionários, onde irão ser alvo de comparação com os estudos, destacados no capítulo IV, referentes às mudanças de comportamento dos turistas. Por fim, apresentar-se-ão várias sugestões pertinentes para os empresários e gestores do setor do turismo, assim como serão apresentadas as limitações sentidas no decorrer dos vários meses de investigação. Esta investigação irá termina com futuras propostas de investigação.

Capítulo I – Epidemias e Pandemias ao longo da História

As doenças, independentemente da sua origem, sempre estiveram presentes na História da Humanidade. Não há nenhum país que seja inatingível ao surgimento de uma doença altamente infecciosa, podendo, muitas vezes, resultar em pandemias que afetam a Humanidade a uma escala global (Wu, Fang, Guan, Fan, Kong, Yao, Liu, Fuller, Susser, Lu & Hoven, 2009; Koley & Dhole, 2020).

Com o crescimento exponencial do turismo nas últimas décadas e a consciencialização da sua importância para a economia e consequente empregabilidade das populações (Ramos & Costa, 2017), as pessoas sentiram necessidade de se deslocarem para outros locais, contribuindo para um movimento pendular, por norma realizado no decorrer das viagens (Ranasinghe, Damunupola, Wijesundara, Karunarathna, Nawarathna, Gamage, Ranaweera & Idroos, 2020). Através deste movimento pendular, a introdução de novas doenças e a sua propagação tornam-se cada vez mais passíveis de surgir, o que culmina num grande risco para o turismo, uma vez que pode ser considerado um dos principais contribuintes para a divulgação destas doenças (Hall, 2006; Qiu, Rutherford, Mao & Chu, 2017; Rosselló, Santana-Gallego & Awan, 2017; Findlater & Bogoch, 2018; Ala, Abukhalifeh, Martinez, Albattat & Salam, 2018; Koley & Dhole, 2020; Seabra et al., 2021c).

Para que esta propagação seja interrompida, Bajardi, Poletto, Ramasco, Tizzoni, Colizza e Vespignani (2011), patenteiam que deve existir um abrandamento nas viagens, de modo a precaver os países não infetados, uma vez que as viagens podem levar pessoas portadoras/infetadas para locais em que a população não esteja infetada. É neste contexto que as epidemias e pandemias irrompem.

1. Epidemias vs. Pandemias e seus aparecimentos

1.1. Breve definição de Pandemia e Epidemia

A humanidade já enfrenta doenças infecciosas há milhares de anos, sendo estas muitas vezes consideradas a principal causa de morte em todo o mundo (Koley & Dhole, 2020).

O século XXI será, sem dúvida, um período histórico que irá ser lembrado, uma vez que o mundo foi atingido por uma das maiores pandemias alguma vez registada na História e a que mais se encontra a afetar a saúde pública, a nível global (Albzeirat, Al-Tarawneh, Khalid, Zulkepli & Islam, 2020).

Porém, esta não é a primeira pandemia registada na História (Talevi, Socci, Carai, Carnaghi, Faleri, Trebbi, Di Bernado, Capelli & Pacitti, 2020). Hays (2005) retrata e enfatiza

cinquenta epidemias e pandemias significativas que já ocorrem, tais como a Peste Negra, a SIDA (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida), a gripe *influeza*, a Cólera, a SARS, a MERS, a Tuberculose, o Ébola, a Zika, entre outras (Qiu et al., 2017; Morganstein, Fullerton, Ursano, Donato & Holloway, 2017).

Antes de aprofundar algumas das pandemias listadas acima, é necessário dar uma breve definição que permita distinguir os conceitos de “epidemia” e “pandemia”. Potter (2001) afirma que as epidemias e pandemias surgem repentinamente, atingindo um grande grupo de pessoas, o que suscita a sua rápida propagação (Bell & Lewis, 2004). Talevi et al. (2020), define epidemia como sendo o aumento repentino de uma doença infecciosa, causando um rápido número de infetados (Bell & Lewis, 2004), a nível regional e não global (*National Research Council*, 2001; Oldstone, 2010; Koley & Dhole, 2020). Hall (2006) realça ainda que para que uma epidemia passe a ser considerada uma pandemia, o número de transmissores ou portadores da doença tem de ser bastante elevado.

O conceito de pandemia é, também, explanado por Doherty (2013), através da exploração da origem etimológica da palavra. Para o autor, “pandemia” deriva de *pan* - “transversal” - e *demos*, que significa “pessoas” ou “população”. Ou seja, uma pandemia propaga-se pelas pessoas, podendo ser considerada, por muitos, como sinónimo de catástrofe e pânico. Já Oldstone (2010) explica que a palavra “pandemia” deriva do grego “*pandemos*” – que significa “de todas as pessoas”.

Para Gullot e Serpa (2020), uma pandemia é a fase seguinte de uma epidemia, que se difunde para vários pontos do planeta em poucos meses, tendo um elevado número de portadores e, por consequente, afetando um elevado número de pessoas (Potter, 2001; Cunha, 2004; Hall, 2006; Koley & Dhole, 2020; Abrantes, Abrantes, Silva, Reis & Seabra, 2021). Neste sentido, uma pandemia traduz-se pela sua rápida propagação e não pela sua gravidade (Direção Geral de Saúde [DGS], 2010), e, do ponto de vista da saúde, torna-se um pouco preocupante devido à probabilidade de causar um colapso nos sistemas de saúde, já que é um acontecimento repentino e abrange um número elevado de pacientes (Gullot & Serpa, 2020).

Não obstante, Samal (2014) referencia a diferença entre uma doença e uma pandemia, constatando que, ambas podem levar à morte. Por outro lado, para ser caracterizada por pandemia, é necessário que esta seja uma doença altamente infecciosa. Um exemplo que Samal (2014) destaca é o cancro, que mata milhões de pessoas em todo o mundo, mas não é considerado uma pandemia pelo simples facto de não ser contagioso e não se transmitir através de contacto humano.

Perante este contexto, importa salientar que existem diferentes fases para avaliar a gravidade de uma pandemia (Markle, 2010). A Organização Mundial de Saúde (OMS) é a entidade responsável por definir os critérios que poderão, posteriormente, declarar ao mundo uma pandemia (Doherty, 2013), destacando seis fases.

Com base na OMS (s/d) e Koley e Dhole (2020), a **Fase 1** traduz-se na presença do vírus apenas em animais; a **Fase 2** destaca a circulação do vírus entre animais selvagens ou domésticos, sendo uma ameaça para os humanos; na **Fase 3**, já existem casos esporádicos de transmissão da infeção de animais para os humanos, mesmo que seja limitada, podendo não provocar surtos; a **Fase 4** relata a transmissão de origem animal entre humanos, capaz de causar pequenos surtos a nível comunitário. Esta fase representa um aumento significativo no risco de uma pandemia. Todavia, não há obrigatoriedade em ser definida como tal. A **Fase 5** destaca-se por haver uma disseminação do vírus de uma forma mais localizada, o que já não se denota na **Fase 6**, onde a transmissão do vírus ocorre à escala mundial. No período pós-pico, a doença está a ser controlada e os países encontram-se sob monitorização para colmatarem a doença.

Posto esta breve diferenciação entre pandemias e epidemias, o próximo ponto irá destacar os vários tipos de vírus *influenza*, analisando cada um deles e o que é necessário para que um destes vírus seja considerado uma pandemia.

1.2. Vários tipos de vírus *influenza* e o que os distingue de uma pandemia

Sabe-se que a gripe é provocada por um vírus, sendo um “fragmento submicroscópico, de material genético, que se encontra anexado a uma membrana de proteína” (Markle, 2010, p.10).

O vírus da gripe, também conhecido por *influenza*, deriva do latim *influentia* (Broxmeyer, 2006; Oldstone, 2010), e é considerada uma doença viral e bastante contagiosa (Centro de Controle e Prevenção de Doenças [CCPD], 2021a), que ocorre, maioritariamente, durante o outono e o inverno, tendo um quadro clínico benigno (Rascoa, Valente & Freitas, 2007). É provocada pelo vírus da família *orthomyxoviruses* (Rascoa et al., 2007; Barberis, Myles, Ault, Bragazzi, & Martini, 2016), e pode causar doenças respiratórias, sendo que os sintomas podem ser classificados como leves ou fortes, culminando em pneumonias (*World Health Organization* [WHO], 2018a).

Segundo Rascoa et al. (2007), apesar de a gripe ser benigna para a maioria da população, pode tornar-se num problema de saúde pública devido ao impacto que tem, não só

em termos de mortalidade, mas sobretudo devido à sobrelotação dos serviços de saúde necessários.

Em cada época gripal assiste-se a um excesso da morbidade e mortalidade, sobretudo nos grupos considerados de risco, como idosos, crianças ou pessoas com condições de saúde graves que desenvolvem complicações respiratórias (CCPD, 2021a). Neste sentido, Suzuki (2005) reitera que cerca de 5.000,000 - 30.000,000 pessoas desenvolvem doenças respiratórias graves, sendo que, entre elas, 250,000 a 500,000 pessoas em todo o mundo falecem anualmente.

Segundo o CCPD (2019e), existem quatro tipos de vírus *influenza*: A, B, C e D. O tipo D afeta maioritariamente o gado e não os humanos. Logo, os tipos A, B e C são os únicos que afetam a espécie humana (Oldstone, 2010; Markle, 2010). Quanto ao vírus *influenza C*, este provoca infeções que são consideradas doenças leves, crendo-se que não causem epidemias. Os vírus *influenza A* e B afetam os humanos e causam epidemias sazonais, que ocorrem praticamente todos os invernos (CCPD, 2019e).

Todavia, é o vírus *influenza A* que, até hoje, apresenta grande potencial para originar pandemias e epidemias globais (Freitas, 2007; WHO, 2012; CCPD, 2019e; Monto & Fukuda, 2020) e “têm como reservatório habitual as aves silvestres aquáticas, nas quais permanecem, normalmente, em equilíbrio, com características de baixa patogenicidade” (Freitas, 2007, p. 13).

O CCPD (2019e) destaca que o vírus *influenza A* encontra-se dividido em subtipos baseados em duas proteínas da superfície do vírus: hemaglutinina (H) – existem 18 subtipos, do H1 ao H18 - e neuraminidase (N) – existem 11 subtipos, do N1 ao N11. Apesar de existirem cerca de 198 combinações possíveis de subtipos, apenas 131 foram detetados na natureza. Porém, nos seres humanos, a gripe manifesta-se habitualmente sob a forma de epidemias anuais – gripe sazonal – de magnitude e gravidade variáveis (Freitas, 2007), fazendo com que estas difiram de uma gripe pandémica.

Para melhor compreensão das diferenças entre uma gripe sazonal e uma gripe pandémica, a Tabela 1 refere os elementos básicos que as diferenciam.

	Gripe sazonal	Gripe pandémica
Em que consistem?	O vírus <i>influenza</i> , de variantes A e B, é uma doença respiratória contagiosa e afeta milhares de pessoas anualmente.	Uma gripe pandémica é um surto global de um novo vírus <i>influenza A</i> , sendo considerada bastante diferente da gripe sazonal.
Percentagem de população afetada.	Pode afetar entre 5 e 10% da população.	Pode afetar mais de 25% da população.
Quais são os sintomas?	O quadro clínico pode ser variável, dependendo das pessoas. No entanto, o quadro comum apresenta sintomas como: febre, tosse, cefaleias, cansaço, fraqueza, dores musculares, dores de garganta e corrimento nasal.	O quadro clínico é idêntico ao da gripe sazonal, mas acaba por ter uma incidência muito mais acentuada.
Período de incubação	Normalmente até 3 dias.	Supera os 3 dias.
Com que frequência acontece?	Acontece anualmente, por norma, durante a época do outono e do inverno.	Raramente acontecem.
Como é que estes vírus se transmitem?	Transmite-se, principalmente, de pessoa para pessoa, por meio de gotículas produzidas quando alguém infetado tosse, espirra ou fala perto de outrem (a menos de 2 metros).	Transmite-se, principalmente, de pessoa para pessoa, por meio de gotículas produzidas quando alguém infetado tosse, espirra ou fala perto de outrem (a menos de 2 metros).
Quem corre maior risco de complicações?	O grupo de risco centra-se em bebés, idosos, mulheres grávidas, pessoas com obesidade extrema e pessoas com certas condições médicas crónicas.	O grupo de risco centra-se em bebés, idosos, mulheres grávidas, pessoas com obesidade extrema e pessoas com certas condições médicas. Porém, pessoas saudáveis também podem apresentar alto risco de complicações graves.
Taxa de mortalidade	Entre 500 mil e um milhão de mortos anualmente.	Superior a um milhão de mortos.
Existe uma vacina disponível?	Todos os anos são produzidas vacinas contra a gripe sazonal, sendo que as pessoas as devem tomar de 6 em 6 meses. Para a maioria da população, uma dose acaba por ser suficiente.	A vacina pode não estar disponível no início de uma pandemia, sendo necessário produzi-la. Normalmente duas doses de vacina podem ser necessárias.
Existem medicamentos para tratar estas gripes?	Medicamentos antivirais podem tratar a gripe sazonal, sendo complementados com outros medicamentos utilizados para atenuar os sintomas da gripe, nomeadamente, anti-inflamatórios, como o <i>Brufen</i> , ou analgésicos, dos quais Paracetamol.	Os medicamentos antivirais para a gripe comum podem ser usados para tratar a gripe pandémica. Porém, podem não ser os mais adequados para atender à demanda, sendo necessário a produção de uma vacina.
Que impacto têm estas gripes na sociedade?	O impacto é, regra geral, mínimo. Algumas escolas podem fechar e os doentes são incentivados a ficar em casa, mas, comumente, o impacto é controlado.	Causa um grande impacto no público geral, conduzindo a restrições de viagens, autoisolamento, encerramento de vários estabelecimentos e um enorme impacto na economia doméstica e mundial.

Tabela 1: Principais diferenças entre uma gripe sazonal e uma gripe pandémica

Fonte: Elaboração Própria com base em CCPD (2019d, 2021a); Silva (2006); WHO (2020) e Markle (2010, p.19)

Perante as grandes diferenças entre a gripe sazonal e a gripe pandémica, é possível concluir que em muito se assemelham, apesar de a gripe pandémica demonstrar sintomas mais graves e causar danos mais catastróficos do que a gripe sazonal. Não obstante, a gripe pandémica acaba por se tornar uma “novidade”, em muito devido ao facto de o mundo não se encontrar preparado para a mesma. Este fenómeno não se verifica com a gripe sazonal, cujas vacinas são aplicadas anualmente para o seu combate.

1.3. Principais epidemias e pandemias derivadas do vírus *influenza* evidenciadas nos séculos XX e XXI

Tal como referido anteriormente, ao longo da História, a Humanidade tem vindo a testemunhar o aparecimento de inúmeras epidemias e pandemias (Doherty, 2013), sendo estas, muitas das vezes, mais devastadores do que qualquer outro desastre natural ou antrópico (Ursano, Fullerton, Norwood & Holloway, 2007).

O vírus *influenza* é considerado uma das doenças mais graves que existe (Qiu et al., 2017). Paul (2020) destaca a Gripe Russa, que teve início em 1889 e durou até 1900, aniquilando cerca de um milhão de pessoas. Todavia, já bem presente no século XX (Kilbourne, 2006), destacaram-se a Gripe Espanhola (1918), a Gripe Asiática (1957) e a Gripe de Hong Kong (1968), todas derivadas do vírus *influenza* (Saunders-Hastings & Krewski, 2016; *National Academies of Sciences*, 2017). No século XXI, a Gripe das Aves (2003-2007) e a Gripe Suína (2009) provieram deste vírus (Saunders-Hastings & Krewski, 2016; Abrantes et al., 2021).

A Tabela 2 demonstra, cronologicamente, as cinco pandemias provocadas pelo vírus da gripe durante os séculos XX e XXI, destacando dados pertinentes, tais como o local de origem do vírus – algo em comum em pelo menos três pandemias - e o número aproximado de mortes, sendo a gripe espanhola a que apresenta uma maior taxa de mortalidade. Estas pandemias e epidemias irão ser analisadas, detalhadamente, mais à frente.

Nome da Pandemia	Ano	Vírus	Origem do Vírus	Número aproximado de mortes
Gripe Espanhola	1918–1920	H1N1	China	Entre 40 a 50 milhões
Gripe Asiática	1957–1958	H2N2	China	Entre 1 e 2 milhões
Gripe de Hong Kong	1968–1970	H3N2	China	Entre 500 mil e 2 milhões
Gripe das Aves	2003-2007	H5N1	Ásia	192
Gripe Suína	2009–2010	H1N1	México	Entre 152 e 575 mil

Tabela 2: Pandemias registadas desde os finais do século XIX até à atualidade, provocadas pelo vírus da gripe

Fonte: Elaboração Própria adaptado de Saunders-Hastings & Krewski (2016, p. 2) e Abrantes et al. (2021)

1.3.1. Gripe Espanhola (H1N1) – 1918

A Gripe Espanhola (vírus H1N1), foi a maior e mais mortal pandemia mundial do século XX e de toda a História (Peiris, Chen & Guan, 2006; Markle, 2010; Doherty, 2013; Webster; Saunders-Hastings & Krewski, 2016; Huremović, 2019).

É um dos eventos de saúde mais devastadores da História mundial (Suzuki, 2005; CCPD, 2018), e a sua origem continua a ser desconhecida. Apesar de ter o nome de Gripe Espanhola (Huremović, 2019), estudos recentes sugerem que teve início nos Estados Unidos da América (EUA) (Paul, 2020), em 1918, durante a Primeira Guerra Mundial (WHO, 2018b), e afetou maioritariamente a população mais jovem, com idades compreendidas entre os 20 e os 40 anos, ao invés da população idosa (Youngerman, 2008). Rapidamente se alastrou para o resto do mundo, devastando os EUA, a Ásia, a África e as Ilhas do Pacífico (Huremović, 2019). Segundo o CCPD (2019a), esta pandemia foi provocada por um vírus H1N1, com genes de origem aviária e originando um número de mortes quatro vezes superior ao registado durante os quatro anos da Primeira Guerra Mundial (Oldstone, 2010). Morganstein et al. (2017) explica que afetou cerca de 500 milhões de pessoas, mas obteve um número de mortes entre 50 e 100 milhões em todo o mundo.

Por ter sido uma pandemia repentina e atendendo ao estado de evolução da medicina da época, a vacina era inexistente. Por isso, foram necessárias intervenções não farmacêuticas, tais como o isolamento, quarentena, boa higiene pessoal, uso de desinfetantes e limitações nos espaços públicos (CCPD, 2019c).

1.3.2. Gripe Asiática (H2N2) - 1957

A Gripe Asiática, ou o vírus influenza A (H2N2) como também é conhecido, de origem aviária, foi identificada, pela primeira vez no Extremo Oriente, no início de 1957 (*Global Security*, 2011a). Propagou-se para vários países, e a primeira vaga atingiu o seu pico no final desse mesmo ano, tendo-se registado nas crianças, jovens e mulheres grávidas taxas de infeção mais elevadas (*Global Security*, 2011a). A segunda vaga atingiu, maioritariamente, a Europa, a América do Norte e o Japão, sendo a população mais idosa a ser afetada, contrastando com os acontecimentos da primeira vaga (Baldwin & Weder di Mauro, 2020).

Contrariamente à Gripe Espanhola, a Gripe Asiática não teve um impacto tão significativo em termos de mortalidade, tendo provocado cerca de dois milhões de mortes (Rascoa et al., 2007; *Global Security*, 2011a).

1.3.3. Gripe de Hong Kong (H3N2) - 1968

A Gripe de Hong Kong (H3N2) surgiu em 1968, em Hong Kong (Kilbourne, 2006; *Global Security*, 2011b; Paul, 2020), e rapidamente se espalhou a um nível global, atingindo países como a Índia, Filipinas, Vietname e Singapura e, no final de setembro, esta gripe já era predominante na Europa. Em 1969, atingiu o Japão, África e a América do Sul (Baldwin & Weder di Mauro, 2020), e o número estimado de mortes foi de 1 milhão em todo o mundo (*Global Security*, 2011b; Paul, 2020), com cerca de 100,000 mortes registadas nos EUA. A maioria das mortes ocorreu na faixa etária mais idosa, nomeadamente, em pessoas com 65 anos ou mais (*Global Security*, 2011b; CCPD, 2019b; Paul, 2020).

Em plena pandemia, um dos festivais culturais mais icónicos da história contemporânea, o Festival de *Woodstock*, acabou por acontecer, tendo sido levadas a cabo várias medidas de proteção, nomeadamente médicos no caso de surgir um surto (Paul, 2020).

Esta pandemia, quando comparada com as anteriores, foi a que teve uma taxa de mortalidade mais baixa e, em termos clínicos, foi uma doença mais ligeira (Rascoa et al., 2007), uma vez que a maioria das pessoas acabou por recuperar sem grandes complicações (Paul, 2020).

1.3.4. Gripe das Aves (H5N1) – 2003 – 2007

A Gripe das Aves deriva do vírus *influenza* H5N1 e teve início na Ásia, nomeadamente no sudeste, uma vez que o Vietname foi o primeiro país a relatar informações à OMS sobre esta gripe que se estava a causar mortes (Thomas & Noppenberger, 2007; Abrantes et al., 2021).

Apesar do seu primeiro relato ser de 1997 em Hong Kong, foi em 2003 que se tornou mais dominante (Peiris, De Jong & Guan, 2007), espalhando-se rapidamente para outras partes do mundo tais como Camboja, Laos, Tailândia, Indonésia, China, Iraque, Azerbaijão, Vietnã e Turquia (Abrantes et al., 2021), sendo que em julho de 2006, já se verificavam em 54 países surtos de infeção (Peiris et al., 2007). Segundo o CCPD (2017) este vírus é transmitido para o ser humano através do ar ou através de algo em que toca. Porém, a maioria das infeções relatadas derivam de contacto direto com aves que se encontravam infetadas (CCPD, 2017).

Neste seguimento, os sintomas mais frequentes em muito se assemelham com as pandemias anteriormente referidas, variando entre: conjuntivite, febre, tosse, dor de garganta, dores musculares, náuseas, dor abdominal, diarreia, vômitos, falta de ar ou pneumonia, mas foram usados antivirais para combater este vírus (CCPD, 2017). Apesar de não ter sido tão

devastadora como as outras gripes mencionadas nesta dissertação, Abrantes et al. (2021) salientam que obteve uma taxa de mortalidade de 59%.

1.3.5. Gripe Suína (H1N1) - 2009

A Gripe Suína é uma epidemia derivada do vírus *influenza* H1N1 (Qiu et al., 2017), e foi considerada uma repetição da pandemia Gripe Espanhola, de 1918, mas com consequências muito menos devastadoras (Huremović, 2019), tendo sido denominada pelo CCPD (2019c) por “(H1N1) pdm09”.

A origem desta epidemia remota para os suínos e, apesar de ter existido alguma controvérsia relativamente ao local de origem deste vírus, em 2016, obteve-se a confirmação que a Gripe Suína teve o seu princípio na capital mexicana, espalhando-se para América do Sul, Ásia e Europa (Paul, 2020, Abrantes et al., 2021).

Várias medidas foram implementadas, nomeadamente o bloqueio da cidade do México, mesmo que esta medida não se tenha verificado em outros locais do mundo (Paul, 2020). O uso de máscaras começou a ser obrigatório e a China impôs restrições a nível das viagens (Paul, 2020). Pelas palavras de Kuo, Chen, Tseng, Ju e Huang (2008), o turismo internacional foi bastante afetado, já que este vírus se propagava através das viagens.

Segundo Page, Song e Wu (2012, p. 147), “a Alemanha e os Estados Unidos foram dois mercados que ficaram gravemente afetados, com reduções nas chegadas de visitantes de 1.074,500 e 962 mil respetivamente, seguidos pela Irlanda, que enviou 538 mil visitantes a menos para o Reino Unido”.

Esta epidemia afetou maioritariamente, crianças, jovens e pessoas de meia-idade e apesar de ser um vírus novo e poucas pessoas não possuírem imunidade contra o mesmo, cerca de um terço da população com mais de 60 anos já continha anticorpos, uma vez que, no passado, tinham sido expostas ao vírus H1N1 (Koley & Dhole, 2020).

Em agosto, a Gripe Suína foi erradicada (Paul, 2020), registando cerca de 1,4 a 1,6 milhões de casos e um número de mortes que variou entre 152 e 575 mil (Abrantes et al., 2021). Contudo, apesar desta Gripe continuar presente, é apenas considerada como um vírus sazonal que acaba por provocar doenças que levam ao internamento das pessoas, podendo, em casos extremos, conduzir à morte (CCPD, 2019c; Koley & Dhole, 2020).

2. Coronavírus

Apesar de não se saber o ano exato da sua génese, o coronavírus foi identificado pela primeira vez nos anos 60 devido à semelhança de sintomas quando comparado com uma gripe normal (Yang, Peng, Wang, Guan, Jiang, Xu, Sun & Chang, 2020).

Fehr e Perlman (2015) explanam que os Coronavírus são o maior grupo de vírus pertencentes à ordem *Nidovirales*, onde se encontram as famílias *Coronaviridae* – subdivididos em *Coronavirinae* e os *Torovirinae* (Cui, Li & Shi, 2018) -, *Arteriviridae*, *Mesoniviridae* e *Roniviridae* (Fehr & Perlman, 2015).

Os *Coronavirinae* são constituídos por quatro géneros: *Alphacoronavirus*, *Betacoronavirus*, *Gammacoronavirus* e *Deltacoronavirus* (Fehr & Perlman, 2015; Cui et al., 2018). Cui et al. (2018) destacam que os *Gammacoronavirus* e *Deltacoronavirus* afetam aves e mamíferos. Já os *Alphacoronavirus* e os *Betacoronavirus* são os que, por norma, causam infeções respiratórias em humanos (Cui et al., 2018).

O século XXI já testemunhou três pandemias derivadas dos Coronavírus que causaram síndromes respiratórias graves e uma alta taxa de mortalidade: a SARS em 2002; a MERS, em 2012 e Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (SARS-COV -2) (Coleman & Frieman, 2014; Berry, Gamieldeen & Fielding, 2015; Meo, Alhowikan, Al-Khlaiwi, Meo, Halepoto, Iqbal, Usmani, Hajjar & Ahmed, 2020; Unhale, Sanap & Bilal, 2020; Baldwin & Weder di Mauro, 2020; Liu, Zheng, Tong, Li, Wang, Sutter, Trilling, Lu, Dittmer & Yang, 2020).

2.1. Breve definição de Coronavírus

O Coronavírus não era considerado fatal até ao ano de 2002, daí a SARS-COV-2 não ser o primeiro vírus denominado por Coronavírus (Eifan, Nour, Hanif, Zamzam & AlJohani, 2017; Kumar, Malviya & Kumar Sharma, 2020; Albzeirat et al., 2020; Pambuccian, 2020).

São considerados uma vasta família de vírus que receberam este nome devido ao seu aspeto ao microscópio que se assemelha ao de uma coroa (Oldstone, 2010; Jahangir, Muheem & Rizvi, 2020; Koley & Dhole, 2020). Dentro desta família existem inúmeras espécies que afetam maioritariamente os animais (Oldstone, 2010), tendo a capacidade de se conseguirem transmitir para humanos, tornando-os zoonóticos (*National Research Council*, 2001; Page, Yeoman, Munro, Connell & Walker, 2006; Gobato & Mitra, 2020; Meo et al., 2020; Jamal & Budke, 2020; Uğur & Akbiyik, 2020).

2.2. SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*)

Síndrome Respiratória Aguda Grave, trivialmente conhecido como SARS, é classificada pela WHO (2021e) como uma doença respiratória viral causada por um Coronavírus, acreditando-se que a sua transmissão tenha a origem no reino animal (Bell & Lewis, 2005). Pode ser transmitido pelo ar, espalhando-se através de pequenas gotículas de saliva ou através de superfícies que foram tocadas por alguém infetado com o vírus (WHO, 2021e).

A SARS é considerada a primeira e mais catastrófica pandemia do século XXI, sendo altamente mediatizada (Mackenzie, Drury, Ellis, Grein, Leitmeyer, Mardel, Merianos, Olowokure, Roth, Slattery, Thomson, Werker & Ryan, 2004; Oldstone, 2010; Doherty, 2013; Huremović, 2019; Jamal & Budke, 2020; Koley & Dhole, 2020).

Surgiu em 2002-2003, num mercado de peixe, na província de Guangdong, no sul da China (WHO, 2003; Mackenzie et al., 2004; Oldstone, 2010; Doherty, 2013; Wilder-Smith, Chiew & Lee, 2020; Jamal & Budke, 2020; Nhamo, Dube & Chikodzi, 2020; Koley & Dhole, 2020).

O mundo encontrava-se alarmado com o surgimento de uma doença desconhecida, mas que aparentava ser fatal (Brug, Aro & Richardus, 2009). Rapidamente, alastrou-se para o resto do mundo (Yates, 2006; Youngerman, 2008), sendo propagada por um médico infetado que se encontrava instalado num hotel em Hong Kong (WHO, 2003; Mackenzie et al., 2004).

Conforme os hóspedes regressavam aos seus locais de origem, através das viagens, não sabendo que se encontravam infetados, acabaram por transmitir o vírus para inúmeras pessoas (WHO, 2003; Mackenzie et al., 2004).

A doença afetou, sobretudo, profissionais de saúde – cerca de 30% (Yates, 2006) – que apresentavam sintomas clinicamente consistentes com os de uma típica pneumonia tais como febre, fraqueza, dor muscular, perda de apetite, tosse seca ou falta de ar, sendo que, o período de incubação durava de quatro a seis dias (Mackenzie et al., 2004; Oldstone, 2010).

Para mitigar esta pandemia, foi necessário tomar medidas de prevenção, de modo a evitar a sua propagação. Essas medidas basearam-se, preeminentemente, no uso de máscaras, na desinfeção constante dos estabelecimentos, na higienização das mãos e na medição da temperatura nos aeroportos (Brug et al., 2009; Doherty, 2013). Aqui, a quarentena acaba por ser um elemento fulcral no combate do vírus (Ursano et al., 2007; Coleman & Frieman, 2014).

Cetron, Maloney, Koppaka e Simone (2004) explanam que a quarentena, quando bem utilizada, pode ser um elemento fundamental para a prevenção da propagação de doenças contagiosas. Curiosamente, os autores apelam à diferença entre isolamento e quarentena, destacando que o isolamento se refere à separação e restrição de movimento de pessoas

doentes, de modo a prevenir a sua transmissão a outros, enquanto a quarentena refere-se à restrição de movimento ou separação de pessoas que foram expostas a uma doença contagiosa, antes que seja confirmada a sua infeção. Em casos extremos de quarentena, pode haver encerramento de estabelecimentos, cancelamento de eventos e até mesmo uma barreira erguida em redor da área geográfica, proibindo a entrada e saída de indivíduos.

Neste sentido, foi imposta uma quarentena em grande escala em Hong Kong, Singapura, Taiwan, Toronto e China, assim como medidas, como a medição da temperatura e o uso de máscaras, sendo que, a quarentena voluntária por parte da população teve um papel fulcral para a mitigação do vírus (Cetron et al., 2004; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009).

Graças a enormes esforços feitos por organizações nacionais e internacionais e pelo cumprimento as medidas de mitigação, a SARS foi erradicada no verão de 2003 (Brug et al., 2009; Coleman & Frieman, 2014; Wilder-Smith et al., 2020). Após o seu término, a SARS foi relatada em 34 países e obteve 9 mil casos confirmados com menos de mil mortes em todo o mundo (Doherty, 2013; Nhamo et al., 2020), sendo a China, Hong Kong, Taiwan, Canadá e Rússia os países com uma maior taxa de mortalidade (Yates, 2006).

Mesmo com o seu desaparecimento, a SARS deixou vestígios desastrosos, nomeadamente no setor do turismo (Hai, Zhao, Wang & Hou, 2004; Pine & McKercher, 2004). A limitação de viagens, a interrupção e encerramento do comércio, de escolas, de mercados, o cancelamento de eventos importantes, a quarentena voluntária e obrigatória para toda a população, o isolamento de pacientes e profissionais de saúde expostos ao vírus, entre outros, acabaram por ser algumas das consequências impactantes da SARS, praticamente em todo o mundo (Cunha & Opal, 2014; Qiu et al., 2017).

A rápida taxa de contágio fez com que as pessoas comesçassem a evitar interações sociais, o que acabou por influenciar a economia, levando a um declínio substancial da demanda do consumidor, especialmente nas viagens e no comércio a retalho nas regiões com mais indústrias de serviços e maior densidade populacional, como por exemplo, Pequim e Hong Kong (Lee & McKibbin, 2012). Tal como Wilder-Smith (2006) evidencia, a SARS e as viagens estão intimamente ligadas, tendo sido criada, posteriormente, uma ansiedade nos turistas internacionais, devido ao facto das pessoas não estarem familiarizadas com o vírus e da sua rápida transmissão.

Assim sendo, Yates (2006) explica que as viagens de ida e volta para a Ásia foram abruptamente paralisadas devido às proibições de circulação. Este surto foi responsável por uma queda nas chegadas de turistas internacionais à China de quase 9,4 milhões. Em 2002, a China, como destino de viagem e país onde se originou o vírus, recebeu menos de 38 milhões de

turistas e enviou cerca de 17 milhões de turistas para o exterior (Joppe, 2020). Wilder-Smith (2005) e Wilder-Smith (2006) destacam que, na Ásia Oriental, as chegadas de turistas caíram em 41% entre o dia 1 e 21 de abril de 2003, quando comparado com o mesmo período de tempo referente a 2002, sendo a China, Hong Kong, Vietnam e Singapura os países mais afetados com a queda dos turistas.

Pine e McKercher (2004) referem que, em 2003, o Aeroporto Internacional de Hong Kong obteve uma queda de 79,9% de passageiros face ao ano anterior. Em 2002 foram mais de 2,8 milhões de passageiros, enquanto em 2003 foram apenas 565 mil passageiros. Zeng, Carter e De Lacy (2005) referem ainda que em março de 2003, relativamente ao turismo na China, o número de turistas internacionais (incluindo estrangeiros vindos de Hong Kong, Macau e Taiwan) diminuiu em 6,5% em comparação ao mesmo período de 2002. Em abril, as chegadas internacionais mantiveram-se reduzidas em relação a anos anteriores, levando a que agências de viagens em todo o país deixassem de organizar viagens internacionais (Zeng et al., 2005).

Em maio as chegadas atingiram o valor mais baixo obtendo uma redução de 70% em comparação com o mesmo mês de 2002. Foi apenas a 29 de maio de 2003 que um grupo de turistas australianos marcou oficialmente a retoma do turismo internacional na China. Em agosto de 2003, as chegadas de turistas estavam perto dos níveis de 2002 e no final de 2003 voltaram aos níveis normais (Zeng et al., 2005).

Este impacto não se restringiu apenas aos países afetados pela SARS. Foi sentido em toda a Ásia-Pacífico quando muitos passageiros oriundos do Reino Unido, Europa e Estados Unidos optaram por evitar viagens para toda a região asiática (Yates, 2006).

Contudo, a SARS não impactou somente o setor das viagens. Com isto, Wilder-Smith (2006) destaca que a Copa do Mundo Feminina da FIFA – planeada inicialmente para decorrer na China – foi deslocada para os Estados Unidos e o campeonato mundial de hóquei feminino, foi cancelado.

Hai et al. (2004), através de um estudo realizado a partir de uma pesquisa que incluía hotéis, agências de viagens, atrações turísticas, companhias aéreas, estações ferroviárias, restaurantes, retalhistas, exposições e empresas de táxi, destacaram que, a um curto prazo, o impacto da SARS na economia chinesa foi drástico. Com exceção das lojas a retalho, todos os setores mencionados anteriormente sofreram perdas significativas de receitas, quando em comparação com o mesmo período em 2002. Os autores evidenciam que:

- O número de viajantes aéreos caiu em 50%;
- Os hotéis perderam 80% de seus hóspedes;

- A receita recebida pelas agências de viagens de turistas estrangeiros e nacionais diminuiu 60% e 50%, respetivamente;
- O número de visitantes estrangeiros nas atrações turísticas em Pequim caiu em 80% e o número de visitantes domésticos diminuiu em 50%;
- O número de passageiros ferroviários caiu entre 30% e 50%;
- Os restaurantes de Pequim perderam 30% a 40% dos clientes e os taxistas perderam entre 20% e 30%.

2.3. MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*)

A Síndrome Respiratória do Oriente Médio (MERS), uma doença respiratória viral causada por um coronavírus (MERS - CoV), registou o seu primeiro caso a junho de 2012, em Jeddah, na Arábia Saudita (Zumla, Hui, & Perlman, 2015), através de um homem saudita de 60 anos, cujos sintomas consistiram em 7 dias de febre, tosse, expetoração e dificuldades respiratórias (Zaki, van Boheemen, Bestebroer, Osterhaus, & Fouchier, 2012). No entanto, este vírus só foi relatado em setembro de 2012, na Arábia Saudita, após vários pacientes apresentarem doenças respiratórias graves (Reusken, Haagmans, Müller, Gutierrez, Godeke, Meyer, Muth, Raj, Vris, Corman, Drexler, Smits, Tahir, Sousa, Beek, Nowotny, Maanen, Hermoso, Bosch, Rottier, Osterhaus, Schmidt, Drosten & Koopmans, 2013; Berry et al., 2015; Baldwin & Weder di Mauro, 2020; Koley & Dhole, 2020).

Contrariamente à SARS, a MERS ficou bastante restrita à Arábia Saudita (Coleman & Frieman, 2014), onde se concentraram mais de 80% dos casos (Baldwin & Weder di Mauro, 2020). Não obstante, houve um número reduzido de pessoas infetadas na Europa, nomeadamente em França, Itália e no Reino Unido, devido ao contacto com pessoas infetadas (Coleman & Frieman, 2014).

É considerado o surto mais recente de um vírus respiratório que ameaçou a saúde pública (Berry et al., 2015). Segundo a WHO (2021c), é um vírus classificado como zoonótico, uma vez que a sua transmissão para os humanos se deu através de infetados em vários países do Médio Oriente, África, Sul da Ásia e EUA (Aleanizy, Mohmed, Alqahtani & Mohamed, 2017; Koley & Dhole, 2020; WHO, 2021c). Contudo, a maioria dos casos relatados resultaram, posteriormente, da transmissão entre humanos (Hui, Rossi & Johnston, 2016; Bradley & Bryan, 2019).

Apesar do Nordeste da Ásia ter sido a região mais afetada (Abrantes et al., 2021), a WHO (2021c) destaca que houve um total de 27 países que identificaram casos desde 2012, com 2260 casos e 16 mil pessoas em quarentena (WHO, 2021c; Abrantes et al., 2021). A WHO (2021c)

confirmou 858 mortes devido à infeção e conseqüentes complicações, sendo que, aproximadamente, 35% dos pacientes anunciados com esta infeção acabaram por falecer (WHO, 2018c).

Tal como a SARS, a MERS acabou por afetar significativamente o turismo recetivo da Coreia do Sul, incluindo não só o turismo internacional, mas também o doméstico (Choe, Wang & Song, 2020). Apesar de não ter sido tão catastrófica como a SARS, o surto de MERS resultou numa queda de menos 2,1 milhões de chegadas de visitantes estrangeiros, o que se traduz numa queda de menos 2,6 mil milhões de dólares em termos de receita turística para a Coreia do Sul (Joo, Maskery, Berro, Rotz, Lee & Brown, 2019). Assim, o número de chegadas de visitantes internacionais entre junho e setembro de 2015 diminuiu drasticamente, sendo que os números esperados apenas regressaram aos valores normais entre outubro e dezembro de 2015 (Joo et al., 2019).

3. Aparecimento do novo coronavírus (SARS-CoV-2)

Uma pneumonia foi rapidamente identificada, pela primeira vez, num grupo de pessoas em Wuhan, capital de Hubei, China, sendo considerado apenas um surto por se encontrar restringido a uma localidade (Jahangir et al., 2020; Albzeirat et al., 2020; Kwok, Li, Chan, Yi, Tang, Wei, & Wong, 2020; Neuburger & Egger, 2020; Koley & Dhole, 2020).

Estes casos de pneumonia foram reportados, pela primeira vez, à OMS, no dia 31 de dezembro de 2019, sendo associados a um mercado de peixe e marisco que foi encerrado no dia 1 de janeiro de 2020 (Gössling, Scott & Hall, 2020; Unhale et al., 2020; Velavan & Meyer, 2020; Amodio, Vitale, Cimino, Casuccio & Tramuto, 2020; Nhamo et al., 2020; Bogoch, Watts, Thomas-Bachli, Huber, Kraemer & Khan, 2020; Singhal, 2020).

O seu período de incubação, ou seja, o intervalo de tempo entre a exposição ao vírus e o início dos sintomas variava entre 2 e 14 dias (Singhal, 2020; SNS, 2020). Isto significa que alguém que esteve exposto ao vírus pode levar até 14 dias a desenvolver sintomas. O vírus pode também ser transmitido por alguém infetado, mas assintomático. Este período de incubação, que pode ir até 14 dias, faz com que o número de casos detetados em determinada data não correspondam ao número real de casos, mas sim o número relativo de alguns dias atrás, uma vez que as autoridades de saúde não sabem quando é que alguém contraiu o vírus, apenas quando os contactam e o diagnóstico é feito.

Neste seguimento, segundo Kumar et al. (2020) e Nhamo et al. (2020), no dia 3 de janeiro de 2020, 44 casos de suposta pneumonia já tinham sido detetados em Wuhan, sendo que a primeira vítima mortal foi reportada a 11 de janeiro, na China. Todavia, rapidamente este

surto foi determinado uma epidemia por se alastrar por várias cidades dentro da China (Koley & Dhole, 2020).

Este vírus transmite-se maioritariamente através de gotículas alastradas por indivíduos infetados através de tosse ou espirros (Kumar et al., 2020; Unhale et al., 2020; Pambuccian, 2020; DGS, 2020a). Isto fez com que a sua propagação rapidamente se tornasse global (Barua, 2020) e, no dia 13 de janeiro, o primeiro paciente infetado fora da China – mais propriamente, na Tailândia – é reportado, tendo este viajado de Wuhan (Kumar et al., 2020).

A partir deste momento, foi apenas uma questão de tempo até outros países começarem a detetar casos deste novo vírus (Koley & Dhole, 2020). Desde então, alastrou-se por todo o mundo, através de viagens aéreas, terrestres e marítimas (Prideaux, Thompson & Pabel, 2020) através da transmissão feita entre humanos e os seus movimentos pendulares (derivados, maioritariamente, do turismo) (Ranasinghe et al., 2020; Hall et al., 2020; Albzeirat et al., 2020).

Após a WHO ter designado este vírus como um coronavírus, no dia 30 de janeiro de 2020, de acordo com a *timeline* disponibilizada pela WHO (2021f), o surto constituiu uma Emergência de Saúde Pública de Preocupação Internacional (Talevi et al., 2020; Velavan & Meyer, 2020; Neuburger & Egger, 2020; Peng, Xu, Li, Cheng, Zhou & Ren, 2020).

Pertencente ao grupo dos *Betacoronavirus* (Qu, Cao, Chen, 2020), no dia 12 de fevereiro de 2020, a WHO designa este vírus de COVID-19 ou vírus Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2 (SARS-CoV-2) (Zu, Jiang, Xu, Chen, Ni, Lu & Zhang, 2020; Singhal, 2020). Este nome foi atribuído pelo Comité Internacional de Taxonomia de Vírus (ICTV) (Koley & Dhole, 2020), uma vez que partilha um grande número de semelhanças genéticas do surto SARS de 2003.

É importante salientar e diferenciar a doença do coronavírus do vírus em si. A WHO (2021d) explana que os vírus são nomeados pelo ICTV com base na sua estrutura genética, de modo a facilitar o desenvolvimento de testes diagnósticos, vacinas e medicamentos. Já as doenças, nomeadas pela OMS na Classificação Internacional de Doenças (CID), levam à discussão sobre a prevenção, disseminação, transmissibilidade, gravidade e tratamento de doenças.

Quase um mês depois de ter sido designado como COVID-19, a WHO declarou que este surto deixou de ser uma epidemia e foi declarada como uma pandemia mundial (Koley & Dhole, 2020; Nhamo et al., 2020), tendo a Europa, a 13 de março, como o epicentro do surto, com Itália, Espanha e França a serem drasticamente afetados. Até à data (26/10/2021), a WHO (2021b) reporta 243 572 402 casos confirmados e 4 948 434 mortes confirmadas.

Apesar das inúmeras semelhanças entre a SARS e a SARS-CoV-2, existem várias diferenças, tais como a sua transmissibilidade, a gravidade clínica e a extensão da disseminação

pela sociedade (Wilder-Smith et al., 2020). A SARS-CoV tem cerca de 80% de semelhanças com a SARS-CoV-2, enquanto a MERS-CoV tem apenas cerca de 50% (Pambuccian, 2020).

No entanto, comparando a SARS com a COVID-19, Koley e Dhole (2020) relatam que, em termos de gravidade, a SARS é considerada mais mortal quando comparada com a COVID-19, embora esta última seja mais infecciosa. Os autores sublinham ainda as principais diferenças entre as três pandemias causadas pelo vírus coronavírus durante o século XXI (Tabela 3).

Características	SARS	MERS	COVID-19
Nome do Vírus	SARS-CoV	MERS-CoV	SARS-CoV-2
Agente	Betacoronavirus	Betacoronavirus	Betacoronavirus
Tempo de Incubação	2 a 7 dias	2 a 14 dias	2 a 14 dias
Principais sintomas	Febre, tosse, falta de ar	Febre, tosse, falta de ar	Febre, tosse, falta de ar
Transmissão	Entre humanos	Entre humanos	Entre humanos
Modo de transmissão	Contacto direto com pessoas infetadas ou através de propagação de gotículas	Contacto direto com pessoas infetadas ou através de propagação de gotículas	Contacto direto com pessoas infetadas ou através de propagação de gotículas
Capacidade de infeção	Altamente infeccioso	Altamente infeccioso	Altamente infeccioso
Índice de Mortalidade	Cerca de 10%	Cerca de 35%	Cerca de 2%
Países infetados	26	27	Todos os países
Número de Casos	8000	2494	A decorrer (243 572 402) verificados a 26/10/2021
Número de Mortes	744	858	A decorrer (4 948 434) verificados a 26/10/2021

Tabela 3: Principais diferenças entre as três pandemias derivadas do coronavírus

Fonte: Elaboração Própria com base em WHO (2021b) e Koley e Dhole (2020, pp. 55-56)

Tal como a SARS, a COVID-19 é uma doença respiratória que 80% das vezes é considerada entre leve a moderada, 15% das vezes é considerada grave e 5% uma doença crítica (Balkhair, 2020; Serviço Nacional de Saúde [SNS], 2020a). Pode haver uma maior probabilidade de internamento na Unidade de Cuidados Intensivos (UCI) nos casos considerados mais graves entre eles: idosos; pessoas que apresentem uma comorbidade com doenças como hipertensão,

diabetes, doença cardiovascular, doença oncológica ou outras doenças respiratórias crónicas (Jahangir et al., 2020; Meo et al., 2020; SNS, 2020).

Muitas vezes a COVID-19 pode passar despercebida, sendo que os sintomas mais frequentemente associam-se aos de uma gripe, como por exemplo: febre, tosse, cansaço, dificuldade respiratória e dores musculares (WHO, 2018c; Albzeirat et al., 2020; Velavan & Meyer, 2020). Para além dos sintomas mencionados, o CCPD (2021b) ainda acrescenta mais sintomas que levam à conclusão de que alguém se encontra infetado pela COVID-19, tais como: calafrios; fadiga; dor de cabeça; perda de paladar ou olfato; dor de garganta; congestão nasal; náusea ou vómitos. Existe, também a possibilidade de haver casos assintomáticos ou quadros clínicos mais graves, associando-os a uma pneumonia (Zumla et al., 2015; Koley & Dhole, 2020).

Para um melhor entendimento das diferenças que caracterizam a gripe comum e a COVID-19, os autores Koley e Dhole (2020) mostram as características mais frequentes de cada uma, evidenciando o que as difere (Tabela 4).

Características	Gripe Comum	COVID-19
Febre	Pode ou não existir	Pode existir ou não, e se o paciente não estiver a reagir à medicação, pode ser elevada.
Tosse	Pode ser seca ou com expectoração	Tosse seca persistente
Espirros	Comum	Incomum
Dores de cabeça	Às vezes	Comum e, muitas vezes, grave
Corrimento Nasal	Comum	Incomum
Perda de cheiro	Às vezes	Às vezes
Dores corporais	Às vezes	Comum e, muitas vezes, grave
Fadiga	Às vezes	Comum e grave
Resposta à medicação	Boa	Sem resposta à medicação

Tabela 4: Comparação entre a COVID-19 e a Gripe Comum

Fonte: Elaboração Própria adaptado de Koley & Dhole (2020, p. 153)

Porém, o contacto respiratório com doentes infetados ou com superfícies e equipamentos contaminados também são meios de transmissão (Pambuccian, 2020), daí a importância da etiqueta respiratória e higiene das mãos (Unhale et al., 2020). De acordo com Albzeirat et al. (2020), a COVID-19 pode infetar cerca de 40% da população mundial, mesmo que não existam evidências que comprovem este número. No entanto, estes 40% representam mais de 2,5 mil milhões de pessoas infetadas com este novo coronavírus.

Pambuccian (2020) reforça que, para além dos sintomas físicos presentes em cada infetado e das fatalidades já existentes, também o bem-estar psicológico, físico e económico de cada pessoa é um aspeto preocupante.

Assim, o melhor modo de controlar uma pandemia é através de uma vacina (Koley & Dhole, 2020), que até recentemente não se encontrava disponível, apesar de estarem a ser realizados testes para o seu desenvolvimento (Gössling et al., 2020; Pambuccian, 2020; Anderson, Heesterbeek, Klinkenberg & Hollingsworth, 2020; Koley & Dhole, 2020).

Consequentemente, os tratamentos médicos que eram fornecidos aos infetados foram apenas de suporte, de modo a tentar combater o vírus (SNS, 2020a). Não obstante, existem medidas de intervenção não-médicas impostas pelos diversos países para minimizar o contacto entre pessoas e colmatar a acelerada propagação deste vírus (SNS, 2020a). A WHO (2021a), enfatiza medidas de higiene para prevenir a propagação do vírus que incluem a lavagem frequente das mãos com sabão, desinfeção com soluções à base de álcool e o uso de equipamentos de proteção individual, nomeadamente, a máscara.

Contudo, existiram outras medidas, nomeadamente de restrição que se focaram no isolamento domiciliar voluntário ou na obrigatoriedade de quarentena (Ryu, Gao, Wong, Shiu, Xiao, Fong, & Cowling, 2020; Pambuccian, 2020); distanciamento social, encerramento de estabelecimentos hoteleiros, atrações turísticas, escolas/universidades e empresas de trabalho não essenciais, cancelamento ou adiamento de eventos (conferências, feiras, concertos, festivais, debates políticos, eleições, eventos desportivos), na proibição de encontros de mais de determinado número de pessoas (dependendo das restrições impostas pelos governos nacionais), nas restrições de viagens de cariz internacional, regional e local, sendo que todas estas medidas de restrição imediatamente afetaram as economias nacionais (Ranasinghe, et al., 2020; Pambuccian, 2020; Koley & Dhole, 2020; Fong, Gao, Wong, Xiao, Shiu, Ryu, Cowling, 2020).

Neste sentido, Niewiadomski (2020) reitera que esta abrupta paragem do mundo foi o que paralisou toda a indústria do turismo e das viagens, assim como todos os setores de atividade económica (Uğur & Akbıyık, 2020, Koley & Dhole, 2020). Não obstante, Ranasinghe et al. (2020) destacam que o turismo, sendo uma indústria que se encontra em grande desenvolvimento e crescimento global, irá desempenhar um papel fulcral na recuperação da estabilidade económica após o desfecho da COVID-19.

Capítulo II – O setor turístico e os impactos da COVID-19

Este capítulo irá debruçar-se no setor turístico, a nível mundial e nacional, tendo em consideração um contexto pré e durante/pós pandemia. Deste modo, pretende-se obter dados comparativos, ressaltando os impactos da COVID-19 e possíveis projeções de recuperação para esta indústria.

1. Turismo e sua importância – Na era pré COVID-19

1.1. Turismo no Mundo e futuras projeções

O turismo, ao longo das últimas décadas tem sido um setor de grande riqueza, que se encontra em grande crescimento a nível mundial, assumindo uma posição cada vez mais fulcral na sociedade atual, representando um sector multidisciplinar que abrange diferentes atividades económicas (Martins, 2010; Correia & Homem, 2018).

Devido à sua importância, o turismo acaba por ser um elemento fulcral para o desenvolvimento de vários destinos, sendo um grande impulsionador da economia local, regional, nacional e internacional, dinamizando o desenvolvimento dos mesmos (Meireles, 2017, Vieira, 2019).

Segundo a UNTWO (2021a), o ano de 2019 foi bastante benéfico para o turismo, arrecadando 1,5 mil milhões de chegadas de turistas internacionais, o que representou um aumento de 4% face ao ano anterior. Para tal, contribuíram os resultados positivos do Médio Oriente (+8%), da Ásia e Pacífico e da Europa, contendo ambos um crescimento de 4% (UNWTO, 2020a). A Europa representa metade das chegadas internacionais do mundo com 51% do total, seguida pela Ásia e Pacífico com 25%, fazendo com que a Europa represente quase 40% das receitas internacionais do turismo, seguida pela Ásia e Pacífico com 30%. No que toca aos destinos que receberam mais de 40% das chegadas internacionais, França, Espanha, EUA, China, Itália e Turquia destacam-se no TOP 10 com mais de 50 milhões de chegadas.

As viagens de férias/lazer têm vindo a ganhar notoriedade e, em 2019, segundo a *Internacional Tourism Highlights* (UNWTO, 2020a), as viagens de lazer foram o principal motivo de visita dos consumidores em todas as regiões do mundo com 56% do total, exceto no Médio Oriente, onde predominaram as visitas a amigos e familiares ou viagens para fins de saúde ou religiosos. Esta motivação cresceu de 50% em 2000 para 56% em 2019.

O transporte aéreo predominou em 2019, passando de 46% em 2000 para 59% em 2019, enquanto o transporte terrestre diminuiu de 49% para 35% no mesmo período.

Numa perspetiva mais focada nos vários polos de atração, a Europa recebeu 744 milhões de turistas internacionais, sendo que o sul da Europa Mediterrânea – onde se insere Portugal - liderou o crescimento, tendo praticamente, todos os destinos com resultados positivos nas chegadas e a maioria deles registou um forte crescimento em termos de receita, tendo-se destacado pela positiva com um forte crescimento países como Itália, Portugal, Grécia e Malta.

A expectativa, após o ano de 2019, era de que esta tendência se fosse manter. A UNTWO (2011), no *Tourism Towards 2030 Global Overview*, destaca as tendências e previsões para o futuro do turismo antes do mundo ser atingido pela pandemia. Estas tendências realçavam que as chegadas de turistas internacionais iriam aumentar em 43 milhões por ano em média entre 2010 e 2030 comparando com um aumento médio de 28 milhões por ano no período de 1995 e 2010. A UNTWO (2011) previa, igualmente uma tendência de crescimento positiva, demonstrando que as chegadas de turistas internacionais iriam chegar a 1,8 mil milhões em 2030, esperando, perante o crescimento deste setor, que em 2020, o número alcançado fosse perto de 1,4 mil milhões e em 2023 fosse de 1,5 mil milhões.

Esperava-se que, no que toca a chegadas internacionais, a Ásia e Pacífico fosse aumentar em 331 milhões em duas décadas, passando de 204 milhões em 2010 para 535 milhões em 2030. O Médio Oriente e África também iriam obter mais do dobro de chegadas, sendo que o Médio Oriente iria passar de 61 milhões para 149 milhões entre 2010 e 2030 e a África iria passar de 50 para 134 milhões nos respetivos anos. Já a Europa iria passar de 475 milhões para 744 milhões e as Américas de 150 milhões para 248 milhões entre 2010 e 2030 (UNTWO, 2011).

No que toca a sub-regiões, estimava-se que o Nordeste da Ásia, em 2030, se tornasse na sub-região a receber mais chegadas internacionais, com 293 milhões, superando o Sul e Europa Mediterrânea, que se previa receber 264 milhões chegadas e a Europa Ocidental, que se previa receber 222 milhões. O Sudeste Asiático iria ser a quarta sub-região mais visitada, com uma previsão de 187 chegadas, seguida pela Europa Central e Oriental com 176 milhões, Médio Oriente com 149 milhões e América do Norte com uma previsão de 138 milhões em 2030 (UNTWO, 2011).

Face ao transporte, nas últimas três décadas, as viagens aéreas ultrapassaram quaisquer outras viagens, sendo que desde 2006, mais chegadas internacionais têm sido realizadas através da aviação. Posto isto, estimava-se que transporte aéreo fosse continuar a crescer a um ritmo ligeiramente mais rápido (3,4% ao ano), prevendo-se que em 2030, 52% das chegadas internacionais fossem realizadas por via aérea, enquanto por via terrestre fosse estimada apenas 48% viagens realizadas (UNTWO, 2011).

Relativamente às motivações de viagens, em 2030, previa-se que a visita a amigos e familiares, saúde, religião e outros propósitos fosse representar 31% de todas as chegadas internacionais. Já o lazer, recreação e férias acreditava-se que fosse representar cerca de 54% viagens e as viagens com motivos de negócios e profissional iriam apenas representar 15% das chegadas internacionais (UNTWO, 2011).

1.2. Turismo em Portugal: Enquadramento Geográfico, contextualização do turismo e futuras projeções

Portugal não é exceção aos impactos positivos do turismo e o ano de 1888 demarca a primeira publicação referente às viagens e ao turismo em Portugal, fazendo com que a procura turística do destino de Portugal seja algo remota (Santos, 2018). É a partir deste marco que começam a surgir inúmeras iniciativas e instituições referentes ao turismo, visando promover Portugal como um potencial destino turístico. Após várias instituições é em 2007 que surge o organismo Turismo de Portugal, sendo que é a atual organização responsável pela gestão e promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística em Portugal (Santos, 2018). Esta organização é a entidade máxima responsável a nível nacional que visa a promoção, valorização e dinamização de Portugal enquanto um destino turístico (Pina, 2018).

Muitas foram as adaptações de Portugal como destino turístico para se continuar a afirmar positivamente no setor, pelo que, segundo o Turismo de Portugal ([TP], 2017), a Estratégia Turismo 2027 refere que o setor do turismo é a maior atividade económica exportadora de Portugal, sendo que, em 2019 as receitas turísticas registaram um contributo de 8,7% para o Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

Portugal situa-se na maior Região Turística do Mundo – Europa – entrando assim para o TOP 20 dos destinos mais competitivos e um dos maiores destinos turísticos do mundo (Ramos & Costa, 2017). Em concordância, o *TravelBI* by Turismo de Portugal (2019) ressalta que, em 2018, Portugal foi considerado o 12º destino mais competitivo do mundo, ocupando a 17ª posição mundial em chegadas de turistas e a 20ª posição mundial em receitas turísticas (Turismo de Portugal, 2019).

Apesar de ser um país com um espaço geográfico bastante reduzido, Portugal contém inúmeras potencialidades, apresentando-se como um forte destino turístico devido aos seus elementos e às suas características intrínsecas, tais como a sua localização geográfica, o seu clima, a variedade arquitetónica, paisagística, gastronómica, cultural, histórica, museológica, hospitalidade e segurança (Fonseca, 2011; Moreira, 2018).

Antes do turismo se tornar tão fundamental para Portugal, este setor só começou a ganhar um maior reconhecimento no início do século XX, após a grande crise económica, financeira que avassalou Portugal. Foi graças a este período conturbado que o turismo, aos olhos de alguns, foi visto como a atividade que iria ser capaz de alavancar a economia de Portugal e melhorar a qualidade de vida (Vieira, 2019).

Atualmente, segundo o Turismo de Portugal (2021b), este setor é uma atividade económica fundamental para a criação de riqueza e emprego. Tal como mencionado anteriormente, Portugal encontrava-se em ascensão, sendo que, nos últimos 9 anos, o país tinha registado uma taxa de crescimento médio anual de 7,2% nas dormidas o que se traduz num aumento de 37 milhões de dormidas em 2010 para 70 milhões de dormidas, em 2019 (Turismo de Portugal, 2021b).

As Estatísticas do Turismo referentes ao ano 2019, documento disponibilizado pelo INE (2020a), apresentam os principais resultados de estatísticas de turismo. Neste sentido, em 2019, Portugal registou 24,6 milhões de chegadas de não residentes, um aumento de cerca de 1,8 milhões de chegadas em relação com os registos de 2018. O mercado europeu foi predominante, tendo Espanha, Reino Unido, França e Alemanha registado o maior número de chegadas em 2019, apesar de no caso do mercado alemão ter ocorrido uma ligeira descida no volume de chegadas em 2019 face a 2018.

Segundo o mesmo documento, em 2019, considerando a generalidade dos meios de alojamento turístico, que aos estabelecimentos hoteleiros, estabelecimentos de turismo em espaço rural (TER) e alojamento local (AL) agrega igualmente os parques de campismo e colónias de férias, realizaram-se 21,4 milhões de viagens turísticas em território nacional (87,3% do total, 88,7% em 2018). Para este universo mais abrangente, nas deslocações domésticas, o motivo “lazer, recreio ou férias” representou 48% do total, tal como em 2018, superou o motivo “visita a familiares ou amigos”. O motivo “lazer, recreio ou férias” esteve na base da maioria das viagens realizadas ao estrangeiro em 2019, representando 59,7% das deslocações (INE, 2020a).

Estes dados relatam também o número total de estabelecimentos de alojamento, tendo como base os resultados (Figura 1) do Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e outros alojamentos (IPHH), do Inquérito à Permanência de Campistas em Parques de Campismo (IPCAMP) e do Inquérito à Permanência de Colonos nas Colónias de Férias (IPCOL), salientando que a 31 de julho de 2019 estavam em atividade 7.155 estabelecimentos.

Face a 2018, o número de estabelecimentos em funcionamento aumentou 19,2%. Foi registado também 29,5 milhões de hóspedes que proporcionaram 77,8 milhões de dormidas, traduzindo-se em aumentos de 7,4% e 4,3% respetivamente.

Resultados globais	Unidade	2018	2019	Tvh (%)
Estabelecimentos	nº	6 003	7 155	19,2
Capacidade de alojamento	"	616 333	643 308	4,4
Hóspedes	10 ³	27 467,6	29 495,4	7,4
Dormidas	10 ³	74 612,1	77 822,7	4,3
Estada média	nº noites	2,7	2,64	-2,9
Taxa de ocupação-cama (líquida) *	%	48,0	47,3	-0,7 p.p.
Proveitos totais *	10 ⁶ €	3 986,6	4 295,8	7,8
Proveitos de aposento *	"	2 993,2	3 229,9	7,9
RevPAR (Rendimento médio por quarto disponível) *	€	48,5	49,4	1,9

* Apenas estabelecimentos de alojamento turístico: hotelaria, alojamento local (com 10 ou mais camas) e turismo no espaço rural/habitação

Figura 1: Resultados da generalidade dos meios de alojamento turístico

Fonte: INE- Estatísticas do Turismo: 2019 (2020a, p.29), disponível em: <https://www.ine.pt/xurl/pub/133574>

Este documento ainda realça que, nos estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação) registaram-se 92% dos hóspedes e 90,2% das dormidas. De seguida destacam-se os parques de campismo com 6,8% hóspedes e 8,9% das dormidas, seguindo-se das colónias de férias e pousadas da juventude com 1,2% e 0,9% respetivamente (INE, 2020a).

Referindo-se ainda às dormidas na generalidade dos meios de alojamento turístico, segundo o país de residência habitual (figura 2), destaca-se um valor total de 77,8 milhões de dormidas em 2019 enquanto em 2018 apenas 74,6 milhões foram registadas. O mercado interno, assegurou 26,1 milhões de dormidas, correspondendo a 33,6% do total, sendo que, quando comparado com 2018, este mercado registou 24,7 milhões de dormidas de residentes. As dormidas dos mercados externos atingiram os 51,7 milhões de dormidas (66,4% do total) enquanto em 2018 representaram cerca de 50,0 milhões (INE, 2020a).

País de residência	2018			2019			Tx. Var. (%)
	Valor	%	%	Valor	%	%	
TOTAL	74 612,1	100,0%		77 822,7	100,0%		4,3
PORTUGAL	24 655,1	33,0%		26 115,1	33,6%		5,9
ESTRANGEIRO	49 957,0	67,0%	100,0%	51 707,5	66,4%	100,0%	3,5
Alemanha	6 715,7		13,4%	6 358,1		12,3%	-5,3
Bélgica	1 130,5		2,3%	1 120,0		2,2%	-0,9
Brasil	2 619,3		5,2%	3 008,9		5,8%	14,9
Canadá	905,7		1,8%	992,7		1,9%	9,6
China	520,1		1,0%	607,3		1,2%	16,8
Dinamarca	596,1		1,2%	584,8		1,1%	-1,9
Espanha	5 310,6		10,6%	5 713,0		11,0%	7,6
EUA	2 247,1		4,5%	2 725,1		5,3%	21,3
França	5 274,0		10,6%	5 208,1		10,1%	-1,3
Irlanda	1 662,2		3,3%	1 827,3		3,5%	9,9
Itália	1 658,1		3,3%	1 769,3		3,4%	6,7
Países Baixos	2 840,6		5,7%	2 655,3		5,1%	-6,5
Polónia	971,9		1,9%	982,1		1,9%	1,1
Reino Unido	9 605,1		19,2%	9 701,5		18,8%	1,0
Suécia	793,1		1,6%	758,9		1,5%	-4,3
Suíça	948,4		1,9%	947,3		1,8%	-0,1
Outros	6 158,6		12,3%	6 747,7		13,0%	9,6

Figura 2: Dormidas na generalidade dos meios de alojamento turístico, segundo o país de residência habitual

Fonte: INE - Estatísticas do Turismo: 2019 (2020a, p.30)

De acordo com a figura 2, o Reino Unido manteve-se como principal mercado emissor com 9,7 milhões de dormidas em 2019, enquanto em 2018 registou 9,6 milhões, representando uma quota de 18,8% e 19,2% das dormidas de não residentes, respetivamente. Para além do mercado britânico, em 2019, destacam-se também a Alemanha, Espanha, França, como os mercados mais relevantes para o turismo nacional. Em 2019, o mercado alemão apresentou uma diminuição de 5,3%, obtendo um total de dormidas em 2019 de 6,4 milhões de dormidas enquanto em 2018 obteve 6,7 milhões. Os Países Baixos registaram também uma diminuição de 6,5%, tendo alcançado, em 2018, 2,8 milhões de dormidas enquanto em 2019 registaram 2,7 milhões (INE, 2020a).

Numa perspetiva nacional, a procura turística dos residentes, onde foi realizado um inquérito às deslocações dos residentes em Portugal, tendo sido,

uma operação estatística realizada junto da população residente em Portugal, permitindo conhecer o perfil dos indivíduos que efetuaram viagens, bem como quantificar e caracterizar as deslocações realizadas em Portugal ou destinadas ao Estrangeiro, incluindo viagens de um só dia (excursionismo) (INE, 2020a, p.49).

Em 2019, 53% da população residente em Portugal – correspondendo a 5,4 milhões de indivíduos – efetuaram, pelo menos, uma viagem turística, o que representa um aumento face aos 48% ocorridos em 2018. No entanto, a proporção de residentes que se deslocou exclusivamente em Portugal foi de 35,2%, face a 2018, obtendo apenas de 34,3%, enquanto 6,8% dos residentes efetuaram deslocações exclusivamente para países estrangeiros. Não

obstante, foi possível verificar que 11% dos residentes (9% em 2018) viajaram tanto em Portugal, como fora do país (INE, 2020a).

No que toca a motivações, o “lazer, recreio ou férias” foram 4,0 milhões de residentes os que efetuaram deslocações turísticas. A “visita a familiares ou amigos” justificou a deslocação de 2,4 milhões de indivíduos enquanto os motivos “profissionais ou de negócios” foram o motivo de 596 mil indivíduos (INE, 2020a).

Nas deslocações nacionais, o automóvel foi o principal meio de transporte (89,3% face aos 88,2% em 2018 e 88% em 2017), seguindo-se o autocarro (3,7%) e o comboio (que em 2018 representava 3,3%). Nas deslocações para o estrangeiro, o avião manteve-se como o meio de transporte mais utilizado, concentrando 71,6% das deslocações, tal como em 2018. O automóvel foi utilizado em 21,0% das deslocações ao estrangeiro que foi ligeiramente acima da proporção de 2018 (INE, 2020a).

Em 2019, relativamente à forma de compra/planeamento preferidos para a realização das viagens, 29,3% foram marcadas antecipadamente e sem intermediação de uma agência de viagens ou operador turístico, revelando um aumento de 23,9% face ao ano anterior (INE, 2020a).

O país foi agraciado com diversos prémios, tal como os *World Golf Awards* em 2018 como o melhor destino de golfe mundial e europeu (Almeida & Silva, 2020) e pela *World Travel Awards* (2021), nos mais variados setores do turismo, tanto a nível europeu como a nível mundial até ao ano de 2020. Foi em 2017 que Portugal se destacou como um potencial destino turístico, tendo recebido tanto a nível mundial como europeu, o prémio de principal destino turístico do Mundo e da Europa. Este lugar ainda se manteve até ano de 2019, o que acaba por demonstrar as grandes potencialidades do país enquanto destino turístico em crescimento. Em 2020, apesar de ser um ano atípico, Portugal continuou a destacar-se pela positiva, mantendo o pódio de melhor destino turístico da Europa, mas sendo derrotado pela Maldivas no que toca ao melhor destino turístico do Mundo (*World Travel Awards*, 2021).

Após a análise do turismo referente ao ano de 2019 e tendo em conta o constante crescimento de Portugal, torna-se importante destacar várias previsões para o futuro do turismo para este país. A Estratégia para o Turismo 2027 previa que em 2030 houvesse 1,8 mil milhões de chegadas internacionais. Não obstante, esta estratégia destaca também metas que assentam nos três pilares da sustentabilidade, pelo que, no pilar da economia, tinham como metas o aumento da procura turística no país e nas várias regiões e, com isso, obter 80 milhões de dormidas em todo o território nacional (Turismo de Portugal, 2017).

2. Turismo durante a era COVID-19

2.1. Turismo no mundo durante a era COVID-19

O mundo encontra-se perante uma pandemia sem precedentes que acarreta inúmeras incertezas, nomeadamente os verdadeiros impactos que terá na indústria do turismo, lesada pela COVID-19 (Chebli & Said, 2020; Mishra, 2020; Neuburger & Egger, 2020).

O turismo encontrava-se em ascensão em todo o mundo, com previsões bastante favoráveis para 2030. Porém, o movimento pendular das pessoas foi abruptamente interrompido com o aparecimento da COVID-19 (Ranasinghe et al., 2020). Devido às medidas de confinamento impostas pelos diferentes governos dos diferentes países, juntamente com as restrições de mobilidade, o turismo e o setor das viagens sofreram consequências outrora nunca vividas e nefastas (Adam, Baiden, Dayour & Elizabeth, 2021).

Considerada pela *World Tourism Organization* (UNTWO, 2020b) como a restrição mais severa alguma vez registada na História, este vírus impôs consequências, como as limitações e os bloqueios de viagens em todo o mundo. Desta forma, o turismo global desacelerou significativamente, devido ao número de voos globais a cair drasticamente. Gössling et al. (2020), reforçam que essas restrições de viagens internacionais, regionais e locais afetaram imediatamente a economia nacional de cada país. Numa avaliação rápida dos impactos da COVID-19, os autores relatam que a 31 de março de 2020, mais de 90% da população mundial encontrava-se em países com um elevado nível de restrições no que toca às viagens internacionais e, muitos desses países também tinham algum grau de restrições ao movimento interno, incluindo viagens aéreas limitadas e ordens de permanência em casa.

Numa análise do ano de 2020, a UNTWO (2021a) destaca que a 20 de abril, 100% dos destinos encontravam-se com restrições introduzidas no setor das viagens e, a 1 de novembro de 2020, 27% de todos os destinos do mundo mantiveram as suas fronteiras completamente fechadas para o turismo internacional.

Face a 2019, em que foram registadas 1,5 mil milhões de viagens, em 2020, entre o mês de janeiro e dezembro, o número de viagens foi somente 381 milhões de viagens (Figura 3), representando uma queda de – 73,9%. No entanto, esta queda foi superior à queda ocorrida com a crise económica de 2007-2008 e ao aparecimento da SARS, registado -4% e - 0,4% respetivamente (UNTWO, 2021a).



Figura 3: Chegadas de turistas internacionais em todo o mundo, em 2020

Fonte: UNTWO (2021a, p.5): COVID-19 and Tourism 2020: A year in review

A figura 3 destaca as grandes quedas dos vários destinos, tendo a Ásia e Pacífico sofrido a maior quebra no que toca às viagens, contabilizando -84% viagens internacionais quando comparado com 2019. Por sua vez, a Europa que em 2019 contabilizou mais viagens em comparação com todas as outras regiões, atingiu uma queda de 70% em 2020, com 221 milhões de viagens realizadas. A região que obtém uma queda mais reduzida é a América, apenas com -69%. Já o Médio Oriente foi a região em que menos viagens se efetuaram, tanto em 2019 como em 2020, contabilizando uma queda de -75%, tal como sucedeu com o continente africano (UNTWO, 2021a).

O ano de 2020 ficou marcado pela regressão do turismo em 30 anos no que toca às viagens internacionais, com -74% chegadas de turistas internacionais, representando uma perda de mil milhões de turistas, valores que a UNTWO (2021a) destaca que só irão voltar a retomar em 2023. Porém, existem obstáculos potenciais a estas metas, temendo-se como principais impedimentos as restrições de viagens e a lenta contenção do vírus (UNTWO, 2021a).

Algo que também é frisado pela análise da UNTWO (2021a) e também pela UNTWO (2020c) é que, com o passar do tempo, apesar das aberturas cautelosas das fronteiras, o turismo interno vai ser predominante na retoma da economia dos países. O Barómetro de Dezembro da UNTWO (2020e), destaca que o turismo nacional foi predominante no ano de 2020, em muito devido ao encerramento das fronteiras e das restrições de viagens impostas pelos governos. A

UNTWO destaca ainda que a China e a Rússia obtiveram os níveis anteriores à COVID-19 no que toca à demanda por viagens em aéreas domésticas.

Finda esta contextualização, Ranasinghe et al. (2020) reforça que, apesar de ser a indústria que mais se encontra afetada, será o próprio turismo que irá desempenhar um papel fulcral na recuperação da estabilidade socioeconómica do mundo.

2.2. Turismo durante a era COVID-19 em Portugal

2.2.1. Evolução da pandemia e das medidas de mitigação realizadas em Portugal para ajudar no combate contra a pandemia

O ano de 2020 poderia ter sido o melhor para a indústria do turismo portuguesa (Turismo de Portugal, 2020b). No entanto, com o aparecimento da COVID-19, que inicialmente se pensava estar apenas localizado na China, este cenário rapidamente se transformou (Jahangir et al., 2020; Albzeirat et al., 2020; Kwok et al., 2020).

Portugal não foi exceção aos danos causados pela COVID-19, registando os seus primeiros infetados, importados de Espanha e Itália, a 2 de março de 2020 (Mamede, Pereira & Simões, 2020; Seabra, Cravidão & Gomes, 2021b).

Mesmo antes da declaração de pandemia pela OMS, e até mesmo antes das primeiras confirmações de pessoas infetadas por este novo coronavírus em Portugal, o medo de contrair a doença e viajar, sentido pelos portugueses, já se fazia sentir. A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro [CCDRC] (2020), no Boletim Trimestral com a informação reportada ao primeiro trimestre de 2020 do Centro de Portugal destaca que o setor do turismo já se encontrava a refletir os impactos da COVID-19, nomeadamente no setor hoteleiro e no cancelamento de viagens de e para Portugal. Seabra et al. (2021c) explicam que a 5 de março, o mais importante evento de turismo internacional, a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) foi adiada e a *TAP Air Portugal* cancelou mais de 1000 voos.

No dia 16 de março, Portugal registou a sua primeira vítima de COVID-19 (Seabra et al., 2021c) e, no dia 18 de março de 2020, segundo o Decreto-Lei n.º 2-A/2020, de 20 de março, foi declarado o Estado de Emergência em Portugal pelo Presidente da República, que visava prevenir a doença e conter a pandemia, impondo, deste modo, medidas estritamente necessárias para que o normal funcionamento do país e dos cidadãos não fosse posta em causa.

Neste sentido, o Decreto-Lei n.º 2-A/2020, de 20 de março, veio incidir, particularmente, na circulação das pessoas na via pública. Não obstante, houve exceções, sendo assim permitidas deslocações, consoante as recomendações definidas pelas autoridades de saúde, tais como as

movimentações por motivos de saúde ou serviços que fossem necessárias ao funcionamento da sociedade em geral ou em casos de urgência. Procedeu-se, também, ao encerramento de instalações e estabelecimentos não essenciais, como cabeleireiros, sendo que as cadeias de bens e serviços essenciais, como a cadeia de produção alimentar e farmácias continuaram abertas. Todavia, tiveram de sofrer alterações nos seus comportamentos, nomeadamente no que toca à higienização e segurança, havendo uma obrigatoriedade de assegurar uma distância mínima de dois metros entre pessoas, uma permanência pelo tempo estritamente necessário à aquisição dos produtos e a proibição do consumo de produtos no seu interior (Decreto-Lei n.º 2-A/2020).

Após o primeiro confinamento e com a reabertura, especialmente nos meses de verão de 2020, a Resolução do Conselho de Ministros n.º 33 -A/2020, de 30 de abril de 2020, declarou a situação de calamidade em todo o território nacional até dia 17 de maio de 2020. Posto este estado de calamidade, a Resolução do Conselho de Ministros n.º 33-C/2020, de 30 de abril, apresentou três fases de desconfinamento: uma fase que se iniciou a 30 de abril de 2020, uma fase seguinte, a iniciar-se após 18 de maio de 2020, e outra prevista para o final do mês de maio de 2020. Este desfasamento tinha como objetivo observar a evolução da pandemia e possíveis consequências deste aligeiramento de medidas, reabrindo, primeiramente os estabelecimentos de menor dimensão para que, posteriormente, fosse possível reabrir os de maior dimensão (Resolução do Conselho de Ministros n.º 33-C/2020).

No entanto, apesar de se ter levantado grande parte das restrições durante o verão, o Presidente da República, ao ver os resultados epidemiológicos, a 6 de novembro de 2020, de acordo com o Decreto-Lei do Presidente da República n.º 51-U/2020, declara um novo Estado de Emergência que em nada se compara com o primeiro, sendo que, o Decreto-Lei n.º 8/2020, de 8 de novembro, proibiu, nos concelhos de risco elevado, a circulação em espaços e vias públicas diariamente entre as 23:00h e as 05:00h, bem como aos sábados e domingos entre as 13:00h e as 05:00h, exceto para efeitos de deslocações urgentes, sendo que tinham de ser acompanhados por uma declaração (Decreto-Lei n.º 8/2020).

A 21 de novembro de 2020, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 9/2020, foi analisado a situação epidemiológica dos vários concelhos, chegando à conclusão de que havia uma grande discrepância em todo o território nacional. Posto isto, foi necessário adotar medidas em função de cada concelho, sendo fixados quatro níveis: moderado, elevado, muito elevado e extremo. Segundo o *site* da República Portuguesa (s/d) referente à Renovação do Estado de Emergência, explanam os critérios determinados pelo Centro Europeu de Prevenção e Controlo das Doenças (CEPCD), em que os concelhos classificados como **moderados** são concelhos com menos de 240

casos por 100 mil habitantes nos últimos 14 dias; **elevados** os concelhos com um número de casos entre 240 e 479 por 100 mil habitantes nos últimos 14 dias; **muito elevados** os concelhos com um número de casos entre 480 e 959 por 100 mil habitantes nos últimos 14 dias e extremo os concelhos com mais de 960 casos por 100 mil habitantes nos últimos 14 dias (Decreto-Lei n.º 9/2020).

O estado de emergência continuou a ser renovado, mas com a aproximação do Natal e do Ano Novo, o Decreto-Lei n.º 11/2020, de 21 de novembro, destaca medidas mais concisas para a quadra que se aproximava, entrando em vigor de 24 de dezembro a 7 de janeiro de 2021. Medidas como a livre circulação na época natalícia e as restrições de movimentação no Ano Novo, acabaram por, posteriormente ter repercussões na situação epidemiológica vivida em Portugal. Esta abertura e livre circulação das pessoas juntamente com o não comprimento do recolher domiciliário voluntário fez com que o pico de novos infetados aumentasse (Decreto-Lei n.º 11/2020).

De acordo com a DGS (2021a), no seu relatório epidemiológico de situação nº 310, no dia 5 de janeiro, foram confirmados, pela primeira vez, mais de 10 000 infetados, havendo algumas oscilações – nomeadamente aos fins-de-semana - até dia 13 de janeiro. No que toca a número de óbitos, o relatório nº 312 da DGS (2021b) relata que Portugal atingiu os 100 no dia 7 de janeiro, os 200 a 18 de janeiro no relatório nº323 (DGS, 2021c) e os 300 mortos a 27 de janeiro, disponibilizado no relatório nº332 (DGS, 2021d).

Perante o exponencial aumento de casos e mortes, o Governo Português sentiu a necessidade de voltar a um confinamento geral de modo a mitigar e a aplanar a curva que se encontrava a aumentar, descontroladamente. O Decreto do Presidente da República n.º 9-A/2021, de 28 de janeiro, - assenta em soluções já anteriormente adotadas – nomeadamente durante o confinamento vivido em março e abril de 2020 – tal como o recolhimento domiciliário, a obrigatoriedade de teletrabalho e a suspensão de determinados tipos de instalações, estabelecimentos e atividades, deixando os estabelecimentos de restauração e similares em regime de *takeaway*. Contrariamente ao que aconteceu no primeiro confinamento, os estabelecimentos escolares, creches e universidades permanecem em funcionamento em regime presencial, o que acabou por fazer com que houvesse um enorme desrespeito pelo confinamento anteriormente mencionado, tendo o Decreto-Lei n.º 3-B/2021, do dia 19 de janeiro, a se juntar ao anterior com novas medidas para travar a circulação das pessoas. Dias depois, no dia 23 de janeiro, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 3-C/2021, de 22 de janeiro, o governo acaba por declarar o encerramento dos estabelecimentos escolares, não optando por aulas em

formato digital, de modo a não prejudicar o ensino dos alunos, entrando assim num novo confinamento que vigorou até março de 2021 (Decreto-Lei n.º 3-C/2021).

2.2.2. Plano de vacinação contra a COVID-19 em Portugal

À medida que a pandemia foi avançando, houve uma necessidade urgente em desenvolver uma vacina para combater esta doença. De acordo com o Plano de Vacinação COVID-19, disponibilizado a 3 de dezembro de 2020 pelo SNS (2020), é destacado que, após vários acordos com a Comissão Europeia, a União Europeia (UE) foi assegurada com uma aquisição de mais de 1000 milhões de doses de vacinas, sendo estas distribuídas pelos Estados-Membros de uma forma proporcional à população.

Portugal, segundo o SNS (2021b), integra a Estratégia Europeia de Vacinas, que foi aprovada em junho de 2020, fazendo com que o país obtivesse 35 milhões de vacinas de seis empresas farmacêuticas: a *AstraZeneca*, *Sanofi-GSK*, *Janssen Pharmaceutica NV*, *BioNTech-Pfizer*, *CureVac* e a *Moderna*. Em termos de administração, a *Moderna* é administrada em duas doses, com um intervalo recomendado de 28 dias; a *BioNTech-Pfizer* é também administrada em duas doses, com um intervalo recomendado de 21 a 28 dias. A *Jassen*, neste momento é a única vacina que precisa apenas de uma dose (SNS, 2021b).

Devido ao acesso limitado da vacina, tornou-se prioridade definir grupos, sendo que, com base no SNS (2021b), os grupos foram divididos em três fases: a **1ª Fase** integra os profissionais, residentes e utentes em Estruturas Residenciais para Pessoas Idosas (ERPI), instituições similares e Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados (RNCCI); pessoas com 80 ou mais anos de idade; 50 a 79 anos de idade com, pelo menos, uma das patologias¹ e pessoas com 16 ou mais anos de idade e Trissomia 21; a **2ª Fase** engloba pessoas com 12 ou mais anos de idade, com patologias de risco acrescido; pessoas com 79 a 16 anos de idade, por faixas etárias decrescentes; grávidas com idade ≥ 16 anos e pessoas com 16 ou mais anos de idade com, pelo menos, uma das patologias² e, por último, a **3ª Fase** engloba pessoas que recuperaram de infeção por SARS-CoV-2, diagnosticada há, pelo menos, 3 meses, por faixas etárias decrescentes (SNS, 2021b).

¹ Insuficiência cardíaca e doença coronária; insuficiência renal crónica ou doença pulmonar crónica.

² Neoplasia maligna ativa; transplantados e candidatos a transplante de progenitores hematopoiéticos (alógeno e autólogo) ou de órgão sólido; imunossupressão; doenças neurológicas; doenças mentais; doença hepática crónica; diabetes abaixo dos 60 anos de idade; obesidade IMC ≥ 35 kg/m² abaixo dos 60 anos de idade; doença cardiovascular; insuficiência renal crónica; doença pulmonar crónica ou outras doenças lisossomais

A vacinação em Portugal iniciou-se 27 de dezembro de 2020 e encontra-se a decorrer ao longo de todo o ano de 2021 (SNS, 2021b). Tendo em consideração que a vacina não é obrigatória (SNS, 2021b), até à data (07/10/2021), consoante os dados do SNS (2021c), referente a 26 de setembro de 2021, 8 532 169 pessoas já tomaram a primeira dose e 6 680 104 a segunda, totalizando cerca de 15 212 273 vacinas administradas (SNS, 2021c).

O Relatório de Vacinação nº 34 (27/12/2020 a 03/10/2021), disponibilizado pela DGS (2021e), analisa o número de doses administradas em todo o território nacional. Neste sentido, é possível observar que a região que possui maior percentagem de população com a vacinação completa é o Norte, com 87%, seguindo-se o Centro e o Alentejo com 86%, Lisboa e Vale do Tejo, a Região Autónoma da Madeira e a Região Autónoma dos Açores com 82% e, por fim, o Algarve, com 78% de indivíduos com vacinação completa (DGS, 2021e).

É importante salientar que, segundo o SNS (2021a), a população que já se encontrar com a vacinação completa, tem em sua posse um certificado (em formato digital ou papel), que obtém através do portal do SNS, e que vem comprovar três das seguintes opções:

1. Contêm a vacina contra a COVID-19;
2. Recebeu um resultado negativo num teste;
3. Recuperou da COVID-19.

Só após 14 dias com a vacinação completa é que este certificado ganha validade, tendo uma duração de 180 dias desde a sua data de emissão. Caso seja necessário continuar a usufruir deste certificado, o mesmo tem que ser emitido novamente, sendo renovável e válido pelos mesmos dias (SNS, 2021a). Porém, este certificado acaba por facilitar a circulação dentro da União Europeia, podendo dispensar a realização de teste para despiste da COVID-19 ou o cumprimento de quarentena/autoisolamento por motivos de viagem (SNS, 2021a).

O SNS (2021a) apresenta várias situações em que o certificado pode ser utilizado, facilitando assim,

- A livre circulação pelo território nacional continental;
- O acesso a eventos de natureza cultural, desportiva, corporativa ou familiar, designadamente casamentos e batizados;
- O acesso a hotéis e outros estabelecimentos turísticos;
- O acesso a restaurantes para serviço de refeições no interior, às sextas-feiras a partir das 19h00, ao fim-de-semana e aos feriados;
- A entrada em bares e outros estabelecimentos de bebidas sem espetáculo, às sextas-feiras a partir das 19h, ao fim-de-semana e aos feriados;

- O acesso a estabelecimentos de jogos de fortuna ou azar, casinos, bingos ou similares e a termas, spas ou estabelecimentos semelhantes;
- O acesso a aulas de grupo em ginásios.

Torna-se, assim, importante destacar Portugal em comparação aos restantes países relativamente ao avanço inegável do plano de vacinação. Portugal, segundo o *site Our World in Data* (2021), referente a 18 de outubro de 2021, conta com 86,82% da população completamente vacinada e com 9,90% da população com uma dose tomada. Com isto, Portugal conta com um total de 88,47%, colocando-o em segundo lugar, atrás dos Emirados Árabes Unidos que já contêm um total de 96,02%. Em relação ao mundo, Portugal encontra-se com um crescimento superior, uma vez que o *site Our World in Data* (2021) destaca que apenas 37,34% da população mundial se encontra com a vacinação completa e 11,40% da população parcialmente vacinada, traduzindo-se num total de 48,74% (*Our World in Data*, 2021).

2.2.3. Breve abordagem dos impactos das medidas implementadas na atividade turística de Portugal

Com as medidas impostas para a contenção da COVID-19, as atividades presentes no país sofreram repercussões, como destaca o Banco de Portugal (2020), em relação à queda do PIB, que se espera que tenha rondado os 8,1% ou o aumento da taxa de desemprego que aumentou de 6,5% em 2019, para 7,2% em 2020, e ainda prevê que esta aumente para 8,8% em 2021 (Banco de Portugal, 2020).

A publicação Estatísticas do Turismo - 2020, disponibilizada pelo INE (2021a), apresenta os principais resultados do setor num ano marcado pelos efeitos da pandemia. Referindo-se ao turismo internacional, estima-se que o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes, em 2020, tenha atingido 6,5 milhões, correspondendo a uma diminuição de 73,7% face a 2019.

Considerando a generalidade dos meios de alojamento turístico, em 2020, houve cerca 11,7 milhões de hóspedes em Portugal, menos 60,4% em comparação com 2019, que geraram 30,3 milhões de dormidas (-61,1%). O mercado interno garantiu 16,9 milhões de dormidas (55,7% do total), apesar de este valor ter registado um decréscimo de 35,4% em 2020. As dormidas dos mercados externos apresentaram uma contração mais vincada (-74,1%), representando 13,4 milhões de dormidas (44,3% do total) (INE, 2021a).

Ainda no universo da generalidade dos meios de alojamento turístico, o Reino Unido manteve a sua posição como principal mercado emissor (16,6% do total das dormidas de não

residentes), apesar de ter registado uma diminuição de 77,0%. O mercado alemão (com 15,1% de quota) apresentou um decréscimo de 68,1%, enquanto o mercado espanhol (14,7% de dormidas dos mercados externos) diminuiu 65,6%. Considerando apenas os principais mercados, o mercado dos Países Baixos foi o que registou menor diminuição (-64,6%), enquanto o mercado irlandês foi o que registou uma redução mais acentuada (-89,1%) (INE, 2021a).

No Inquérito à Procura Turística dos Residentes disponibilizado pelo INE (2021b) refere-se que foram realizadas cerca de 14,4 milhões de deslocações pelos residentes em Portugal, menos -41,91% quando comparado com o ano anterior. Deste universo, 95,3% das deslocações de residentes correspondeu a viagens em território nacional. As viagens turísticas de residentes que tiveram o estrangeiro como destino foram cerca de 680.100, o que representa uma redução de 78,1% face ao ano anterior e corresponderam a apenas 4,7% do total de viagens realizadas, quando no ano anterior representaram 12,7% (INE, 2021a).

É importante salientar que das 14,4 milhões de viagens efetuadas pelos residentes em Portugal, 7,8 milhões de viagens (54,1% do total) tinham lazer, recreio ou férias como principal motivação; 4,9 milhões de viagens (33,8% do total) foram com o objetivo de visitar familiares ou amigos e 1 milhão de viagens (7,1% do total) já eram com propósitos profissionais (INE, 2021a).

Com estes resultados é possível concluir que a grande maioria das viagens foram efetuadas motivadas pelo lazer. Após os meses de confinamento e ainda com o levantamento prolongado das restrições nos diferentes países, levou a que os residentes viajassem muito mais dentro do território nacional, contribuindo para a economia da mesma. Porém, é possível concluir que a motivação que obteve uma maior queda em comparação como o ano passado foram as viagens profissionais, com -71%. Tal como mencionado previamente, com o estado de emergência a ser declarado globalmente e com todos os setores relacionado com o turismo a serem encerrados, as viagens com este fim deixaram de ser possíveis de se realizarem (INE, 2021a).

No que toca ao transporte, o INE (2021a), destaca que o automóvel privado continuou a predominar nas viagens turísticas dos residentes, tendo sido utilizado em 12,9 milhões de deslocações em 2020 (89,5% do total, 80,6% em 2019). O mesmo se destaca nas deslocações nacionais (92,6% do total das viagens nacionais face aos 89,3% em 2019 e 88,2% em 2018), seguindo-se o comboio e do autocarro. O transporte aéreo, considerado o segundo principal meio de transporte, perdeu representatividade, tendo sido utilizado em 724,7 mil deslocações. Porém, para a realização de viagens ao estrangeiro, este manteve-se como transporte principal em 2020, concentrando 68,3% das deslocações, embora tenha diminuído a sua relevância face ao ano anterior (-3,3% face a 2019) (INE, 2021a).

A COVID-19 afetou e ainda continua a afetar o mundo e a atividade turística de uma forma negativa. Com uma pandemia a atingir o mundo, as restrições impostas pelos diferentes governos, obrigou a que a população se permanecesse nos locais de residências, impossibilitando-as, nomeadamente, de realizar viagens internacionais. Posto isto, houve um decréscimo acentuado dos turistas provenientes de todos os principais mercados emissores.

Já no reporte semanal, disponibilizado pelo INE (2021b), é destacada a atividade económica regional e a atividade turística no contexto da pandemia COVID-19. No que toca à atividade económica regional, após a Autoridade Tributária (AT) disponibilizar os dados necessários ao INE, é possível avaliar o comportamento da economia numa perspetiva regional no período de março (início dos efeitos económicos da pandemia) a novembro de 2020 face a igual período de 2019. Deste modo, entre março e novembro de 2020, verificou-se uma redução de -14,8% no valor da faturação face a 2019, destacando-se, com valores superiores à média nacional, o Algarve (-29,1%), a Região Autónoma da Madeira (-21,9%) e a Área Metropolitana de Lisboa (-18,4%). Em Portugal e em todas as NUTS II, esta contração foi mais acentuada de março a maio (-23,1% em Portugal), período que acaba por coincidir com a fase de confinamento. Em relação aos valores de faturação das “Atividades de alojamento” e das “Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas” entre março e novembro de 2020, representaram menos de metade do valor faturado no mesmo período de 2019 (INE, 2021b).

As sub-regiões Tâmega e Sousa e Área Metropolitana do Porto – onde o número de casos de COVID-19 confirmados por 100 mil habitantes era superior ao valor do país no período em análise - foram os que tiveram uma redução do valor faturado inferior à do país. Contrariamente, o Algarve, a Região Autónoma da Madeira e o Alentejo Litoral, que apresentaram um número de casos confirmados abaixo da média do país, demonstram uma contração do valor faturado relativamente mais acentuada (INE, 2021b).

2.2.4. Abordagem das medidas de prevenção da COVID-19 nas empresas

São vários os setores do turismo que estão a ser afetados devido a esta pandemia, o que, por consequente, faz com que todas as empresas e empreendimentos a si associados, necessitem, de forma segura, de adotar medidas de prevenção da COVID-19 em prol da segurança, tanto dos trabalhadores como dos seus utilizadores. Neste sentido, a DGS (2020b) criou um Manual de Saúde e Trabalho: Medidas de Prevenção da COVID-19 nas empresas, onde explana as medidas necessárias de saúde, higiene, segurança e bem-estar (Figura 4).



Figura 4: Medidas de prevenção adequadas contra a COVID-19 que as empresas devem implementar

Fonte: DGS (2020b, p.6). Saúde e Trabalho: Medidas de Prevenção da COVID-19 nas empresas

A sustentabilidade sanitária começou a ser uma preocupação, tornando-se necessário assegurar a higiene, a segurança, a saúde dos colaboradores e dos clientes. Neste sentido, torna-se importante e urgente que as empresas tenham preparado um plano sanitário de curto e médio prazo, de modo a conseguirem demonstrar ao mercado do que se está a ser desenvolvido para aculturar a saúde e a segurança de todos, sendo que a comunicação se torna fulcral neste aspeto (DGS, 2020b).

Segundo o manual anteriormente mencionado, a higiene das mãos acaba por ser uma das medidas primordiais no sentido em que esta ajuda a evitar que o vírus se transmita nos locais de trabalho. Devem-se elaborar planos de higienização onde seja importante refletir na necessidade de obter ciclos constantes de limpeza profunda de superfícies, incluindo o mobiliário e o pavimento do chão com produtos próprios e que contenham desinfetante ou lixívia/álcool. As instalações sanitárias devem ser desinfetadas com produto de limpeza que contenha, em simultâneo, detergente e desinfetante na sua composição, por ser mais fácil e rápida a aplicação e a ação. Devem, também, ter espaços dedicados a desinfetantes e gel, especialmente em locais próprios e visíveis, como os dispensadores com SABA em pontos estratégicos dos locais de trabalho, certificando-se de que estes dispensadores são recarregados

regularmente e têm a necessária manutenção. A utilização das máscaras e o respeito da etiqueta respiratória é extremamente necessária, tal como o distanciamento social entre trabalhadores e as restantes pessoas. Sempre que este distanciamento não seja possível, deve existir barreiras físicas, como janelas de vidro, acrílico, ventilação reforçada da área de trabalho, incluindo a abertura de janela; limitação do tempo presencial e a marcação prévia para o atendimento. A sinalização, como a marcação no pavimento e outras informações como cartazes devem estar devidamente afixadas em pontos estratégicos para que seja visível a todos. É fundamental que os trabalhadores efetuem a auto monitorização de sintomas da COVID-19 através da medição da temperatura (DGS, 2020b).

Com esta ideia em base e de modo a promover os estabelecimentos que realmente consigam concretizar algumas medidas, o Turismo de Portugal, segundo Turismo de Portugal Business (2020), criou um selo *Clean&Safe* que pretende distinguir as atividades turísticas que asseguram o cumprimento dos requisitos de limpeza e higienização para a prevenção e o controlo da COVID-19. Deste modo, os empreendimentos turísticos, as empresas de animação turística e as agências de viagem enfrentam diferentes critérios para a obtenção deste selo sendo que estes critérios devem cumprir as recomendações da DGS. Para obter este selo as empresas têm de submeter uma Declaração de Compromisso via online e só depois de submetida é que estas ficam com a possibilidade de utilizar o Selo em causa, seja nas suas instalações físicas, seja nos canais e plataformas de divulgação e venda (Turismo de Portugal Business, 2020).

2.2.5. Impactos da COVID-19 no tráfego aéreo com destino e a partir de Portugal

Com os dois confinamentos vividos durante 2020 e 2021, as consequências no setor das viagens acabaram por ser drásticas devido às medidas impostas pelos vários governos. A movimentação das pessoas, sobretudo para longas distâncias é feita, predominantemente, através da aviação. Contudo, esta pandemia acarretou amplas restrições de viagens impostas pelos governos, levando ao cancelamento de praticamente todos os voos da grande maioria das empresas de aviação.

Durante o primeiro confinamento, nomeadamente a partir de 18 de março de 2020, segundo o Despacho n.º 3427-A/2020 - com a sua sucessiva renovação até 15 de Agosto, de acordo com o Despacho n.º 8001-A/2020, ficou interdito voos para países não integrantes da União Europeia. Foi só a partir do dia 1 de agosto de 2020, segundo o Despacho n.º 8001-A/2020,

de 14 de agosto, que começou a haver uma reabertura do tráfego aéreo, tendo sempre como base o quadro epidemiológico de cada país (Despacho n.º 8001-A/2020).

Tendo em consideração o bem-estar da população e dos visitantes, as medidas implementadas são revistas de acordo com a evolução da pandemia, sendo que, até à data (17/09/2021), de acordo com o *site VistPortugal* (2021), as viagens para Portugal Continental, através da aviação são permitidas (tanto viagens essenciais como não essenciais), nomeadamente,

Países da União Europeia, Países Associados de Schengen (Liechtenstein, Noruega, Islândia, Suíça), Albânia, Armênia, Austrália, Azerbaijão, Bósnia e Herzegovina, Brasil, Brunei, Canadá, China, Coreia do Sul, Estados Unidos da América, Japão, Jordânia, Nova Zelândia, Catar, República da Moldávia, Arábia Saudita, Sérvia, Singapura, Taiwan, Ucrânia, Reino Unido e regiões administrativas especiais de Hong Kong e Macau (VistPortugal, 2021).

Não obstante, é importante referir que os viajantes oriundos destes países necessitam de um “teste RT-PCR (ou teste NAAT semelhante) – 72 horas antes do embarque, ou Teste Antígeno Rápido – 48 horas antes do embarque, ou um Certificado Digital COVID da UE válido” (VistPortugal, 2021).

Os viajantes oriundos da Índia, Nepal e África do Sul ficam restritos a viagens apenas essenciais, com necessidade de apresentar um teste RT-PCR (ou teste NAAT semelhante) – 72 horas antes do embarque, ou Teste Rápido de Antígeno – 48 horas antes do embarque. Podem também, optar pelo cumprimento de quarentena de 14 dias após a chegada a Portugal (VistPortugal, 2021).

Com todas estas medidas e conforme o reporte semanal de 2 de dezembro do INE (2020c), que se debruça sobre a atividade dos transportes, destaca que o impacto da COVID e das medidas adotadas a nível do espaço aéreo começou a refletir-se na segunda quinzena de março de 2020. Mesmo com a reabertura do país nos meses de verão e consequente aumento da recuperação deste setor nos meses de julho e agosto, em setembro, houve uma redução diária superior a 40% no número de aeronaves aterradas e a 60% no número de passageiros desembarcados (INE, 2020c).

Ainda segundo o mesmo relatório, e tendo em conta o movimento nos aeroportos nacionais no período entre janeiro a setembro de 2020, em comparação com 2019, o número de aeronaves de voos comerciais que aterraram foram de - 77,7 mil - decresceu 55,9%; o número de passageiros movimentados foi de -15,3 milhões, tendo uma queda de 67,3%; o aeroporto de Lisboa movimentou 51% do total de passageiros, menos 7,8 milhões e registou um decréscimo

de 67,3%. Entre os três aeroportos com maior tráfego de passageiros, o de Faro foi o que teve maior decréscimo, registando -75,4% (INE, 2020c).

Relativamente aos destinos escolhidos, França foi o principal país de origem e de destino dos passageiros movimentados nos aeroportos nacionais: 1.661,7 mil passageiros desembarcados, -61,6% face a 2019 e 1.168,8 mil embarcados, -61,1% face a 2019. Já o Reino Unido, segundo principal país de origem e destino, teve a maior redução do número de passageiros desembarcados e embarcados: -78,9% passageiros desembarcados e -72,9% embarcados (INE, 2020c).

O reporte semanal de 23 de julho de 2021 (INE, 2021c) refere que em maio de 2021, em comparação com o mesmo mês de 2019, o tráfego nos aeroportos foi quase nulo. Entre janeiro e maio de 2021, também aquando comparado com os mesmos meses referentes a 2019, o número de passageiros movimentados nos aeroportos nacionais diminuiu 63,6%. O aeroporto de Lisboa movimentou 47,7% do total de passageiros (1,7 milhões) e registou um decréscimo de 69,7%, o mais acentuado dos três aeroportos com maior tráfego anual de passageiros. França foi o principal país, quer de origem, quer de destino, dos passageiros movimentados nos aeroportos nacionais: 265,0 mil passageiros desembarcados (-58,6%) e 282,2 mil embarcados (-57,3%) (INE, 2021c).

O reporte semanal de 15 de setembro de julho de 2021 (INE, 2021d) destaca que no segundo trimestre de 2021, os aeroportos nacionais registaram 4 milhões de passageiro (embarques, desembarques e trânsitos diretos) sendo - 86,8% face ao trimestre anterior e menos 76% aquando comparado com o trimestre homólogo de 2019).

2.2.6. Medidas de higiene impostas pela ANA Aeroportos de Portugal

Com a reaberta contínua dos aeroportos é necessário que a sustentabilidade sanitária seja assegurada por todas as empresas e por todos os destinos. A ANA (Aeroportos e Navegação Aérea) Aeroportos de Portugal (2016) é responsável pela gestão de 10 aeroportos em Portugal Continental³ e, a 2 de setembro de 2021, disponibilizou, em formato digital, a “Atualização COVID-19: Medidas Implementadas”, sendo que estas se encontram a ser reforçadas em prol da segurança desde o início da pandemia, seguindo as recomendações evidenciadas pelas Autoridades de Saúde e Governamentais (ANA, 2021).

³ Lisboa, Porto, Faro, Terminal Civil de Beja, Ponta Delgada, Horta, Santa Maria, Flores, Madeira e Porto Santo

Neste sentido, estas medidas visam a **proteção individual**, com principal enfoque no uso contínuo de máscaras ou proteção facial para passageiros e *staff*, e a higienização das mãos através de equipamentos que se encontram disponibilizados ao longo de todos os terminais; a **limpeza e desinfestação** como a desinfeção de equipamentos, reforço de limpeza e desinfeção nas áreas de passageiros e *staff*, disponibilização de *kits* de proteção e de desinfeção em máquinas de venda automática; o **distanciamento e a experiência do passageiro** com a colocação de sinalização visual, anúncios de voz de modo a reforçar o distanciamento físico e todas as medidas de higiene necessárias, a ordenação das filas de espera, a instalação de vidro e/ou acrílico nos balcões de *check-in* e de informação; o **modo *contactless*** no ato do pagamento, o **controlo de temperatura**, através da instalação de um sistema automático de câmaras de medição de temperatura que permite uma passagem mais fluida, evitando qualquer constrangimento para o passageiro e a criação de salas de isolamento para possíveis passageiros positivos; a **divulgação de informação** a todos os passageiros e funcionários, através de cartazes e vídeos no terminal ou através das redes sociais e *site* dos aeroportos, com enfoque nas medidas de higienização e, também, na responsabilidade cívica, de modo a transmitir segurança aos seus clientes. É importante destacar que, uma vez que os testes passaram a ser obrigatórios, foram criadas de áreas dedicadas à sua realização, obtendo a gestão de equipas de saúde especializadas (ANA, 2021).

Devido às medidas de higiene implementadas, os Aeroportos de Lisboa, Porto, Faro, Madeira e Ponta Delgada foram reconhecidos como os aeroportos com as melhores medidas de higiene na região da Europa (ANA, 2021).

Com todas as ações levadas avante por parte do Governo, Portugal ganhou notoriedade no exterior, sendo considerado, no primeiro confinamento, como um destino bastante seguro. Deste modo, Portugal foi o primeiro país a alcançar o selo “*Safe Travels*” pelo *World Travel & Tourism Council* (s/d), atribuído devido ao cumprimento de todos os protocolos impostos pela UNTWO em relação à higiene e à segurança (TP, 2020a).

3. O Turismo após a era COVID-19

3.1. Projeções e alterações previstas no turismo pós-COVID-19

O turismo foi vigorosamente abalado com o aparecimento da COVID-19, causando danos incomparáveis e impossibilitando de fazer quaisquer previsões, mesmo que estas possam ser ligeiramente realistas (Romagosa, 2020).

Segundo a UNTWO (2021b), a maioria dos especialistas em turismo espera que a retoma do turismo internacional a nível mundial só recupere em 2022, tal como se regista em todas as

regiões à exceção do Médio Oriente, em que a UNTWO (2021b) prevê a sua retoma no quarto trimestre de 2021. No entanto, referente ao facto de obter os mesmos níveis de 2019, relativamente ao turismo internacional, a UNTWO (2021b) destaca que só em 2024 ou talvez mais tarde, o mundo volte a recuperar os mesmos níveis de 2019. Analisando as respostas dos especialistas por regiões, os mesmos destacam que o Médio Oriente será a única região a obter resultados positivos em 2022, atingindo níveis anteriores à COVID-19, seguindo-se de África a obter resultados semelhantes em 2023. Porém, todas as regiões só irão apresentar níveis semelhantes à pandemia em 2024 (UNTWO, 2021b).

Todas estas mudanças abruptas no setor do turismo, poderão acarretar algumas incertezas no comportamento dos turistas, nomeadamente após a COVID-19, o que faz com que algumas tendências que se encontram a predominar agora sejam definitivas futuramente pandemia (Almeida & Silva, 2020).

A UNTWO (2021a), a *European Travel Comession* (2020a) e *World Travel & Tourism Council* (2020), elucidam que o turismo nacional se mostra como um forte candidato à escolha dos turistas. As viagens nacionais e regionais, a escolha de destinos naturais e rurais, as viagens nos seus veículos próprios, a escolha de destinos mais familiares, surgiram, em 2020, como opções de viagens devido às limitações de viagens e à busca de experiências ao ar livre, poderão a vir a ser tendências que irão predominar os mercados após a COVID-19 (*European Travel Comession*, 2020a; *World Travel & Tourism Council*, 2020; UNTWO 2021a).

A *World Travel & Tourism Council* (2020) destaca que a saúde e a segurança irão começar a ser fundamentais numa perspetiva pós COVID-19, uma vez que o viajante vai sempre ter em atenção estes elementos aquando da escolha de um destino. Haverá uma inovação e digitalização do setor de viagens e turismo com a integração de novas tecnologias e digitalização na compra, consumo e experiência turística. A sustentabilidade é um fator fulcral uma vez que, com a quarentena obrigatória, foi possível observar o impacto do homem no meio ambiente, obtendo uma diminuição de 8% nas emissões de CO₂ que eram esperados para 2020 (*World Travel & Tourism Council*, 2020).

Em concordância com o que foi anteriormente referido, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico ([OCDE], 2020), destaca que a sustentabilidade pode-se tornar numa opção de turismo devido à maior consciencialização da crise climática. As viagens regionais e locais vão representar um papel fundamental para a recuperação deste setor e consequente economia nacional, regional e local. Neste sentido, espera-se que turismo nacional beneficie, uma vez que os consumidores irão escolher destinos dentro do seu próprio país. Agregado a este fator, destaca-se um maior impacto ambiental pelo facto destas viagens

começarem a ser realizadas nos transportes privados, tendo assim um impacto adverso no meio ambiente (OCDE, 2020).

Tal como foi referenciado pela *World Travel & Tourism Council* (2020), a digitalização em serviços de turismo deve continuar a acelerar, fomentado a autonomização das viagens, uma vez que podem efetuar pagamentos e serviços *contactless*, experiências virtuais e fornecimento de informações em tempo real. A segurança e higiene irão tornaram-se fatores relevantes para selecionar destinos e atividades turísticas (OCDE, 2020).

Um estudo recente realizado pela *European Travel Commission* (*European Travel Commission, 2020b*) destaca os sentimentos e as intenções dos europeus a curto prazo, referindo que 54% dos entrevistados (5,762) pretendem fazer viagens de lazer nos próximos 6 meses (entre janeiro e março de 2021), sendo que 40,5% pretendem viajar dentro do seu país e 38,6% irão escolher destinos europeus. Dos 3,086 entrevistados, 66,1% responderam que irão viajar dentro do seu próprio país ou na Europa nos próximos 6 meses, escolheram lazer como principal motivação, tendo a Polónia (50,2%), Itália (43,3%) e a Espanha (35,2%) a serem os principais mercados escolhidos para a retoma destas viagens. A motivação “visita a amigos e familiares” corresponde a 19,1% dos inquiridos e os motivos profissionais representa 8,8%, tendo a Espanha (7,2%), Polónia (6,2%) e a Áustria (6%) a serem os principais mercados para a retoma de viagens por motivos profissionais (*European Travel Commission, 2020b*).

Foi questionado o tipo de viagem de lazer que os inquiridos iriam realizar, tendo dos 3,086 inquiridos, 25,3% a responder “mar, sol e praia”, com Espanha, Itália e França a serem os destinos mais populares, 19,2% a responder *city breaks*, com Alemanha, França e Itália a predominar para este tipo de viagens e 15,6% a responder natureza e ar livre, escolhendo Alemanha, França e Itália para a realização das mesmas (*European Travel Commission, 2020b*).

Dos 3,086 inquiridos, 37,3% respondeu que irão viajar com os seus parceiros nas viagens realizadas nos próximos 6 meses. Já 35,7% respondeu que iria viajar com a sua família, enquanto 10,3% respondeu que seria com amigos e 13,3% iam realizar viagens sozinhos (*European Travel Commission, 2020b*).

Também são evidenciadas as qualidades mais importante em relação às viagens, sendo que 20,9% dos inquiridos respondeu saúde e segurança e 13,8% respondeu relaxamento e paz de espírito como sendo as principais qualidades quando estes pretendem viajar. No que diz respeito à saúde e segurança pessoal, 20% dos inquiridos respondeu que o transporte aéreo é considerado a parte menos segura da viagem (*European Travel Commission, 2020b*).

A digitalização é outra grande conclusão deste estudo, tendo 2 em cada 3 europeus que pretendem viajar nos próximos seis meses a usar fontes digitais para planear a sua viagem (*European Travel Commission, 2020b*).

Estas principais tendências anteriormente descritas irão ser bastante significativas e devem levar governos, destinos e organizações de turismo a repensar nas suas estratégias para que possam reconquistar, novamente, a confiança dos consumidores (Seabra et al., 2021b).

3.2. Projeções e alterações previstas no turismo português pós-COVID-19

Tal como explanado anteriormente, muitas são as previsões de mudança de comportamento do consumidor face ao contexto pandémico vigente, fazendo com que Portugal não seja exceção dessas mesmas alterações.

Almeida e Silva (2020) elucidam que a demanda por regiões não massivas vai aumentar, uma vez que podem oferecer experiências únicas e autênticas aos viajantes. Lugares repletos de natureza e sem grandes aglomerados, com pequenas unidades hoteleiras, podem tornar-se nos locais mais procurados pelos turistas numa era pós COVID-19. Desta forma, os autores explicam que locais turísticos que não sejam bem explorados como as áreas do campo ou até mesmo o Alentejo, um destino bastante rural e natural, podem ser bastante procurados, acabando assim com a desertificação de certas regiões e reduzindo as assimetrias presentes entre a costa e o interior de Portugal (Almeida & Silva, 2020).

Teixeira, Escalera e do Carmo (2020) explicam que, uma vez que a COVID-19 se encontra a impactar o setor hoteleiro, seria importante ter as grandes cadeias hoteleiras a investirem no interior de Portugal, de modo a escapar às grandes cidades e grandes aglomerações, apostando, assim, no alojamento local, garantindo a máxima segurança e higiene e incentivando o pequeno comércio para ajudar a colmatar a economia regional. Deviam também estimular a criação de atividades ligadas à natureza.

A Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica de Portugal 2020-2030, apresentada por Silva (2020), destaca opções e prioridades que deverão nortear a recuperação dos efeitos económicos adversos causados pela atual pandemia, onde explana. No setor do Plano de investimento para o Turismo: Promover programas de atração de turistas, Silva (2020) explica que,

o país deve promover um grande plano para captar a atenção dos mercados mais importantes com base nas valências que Portugal apresenta em termos da sua diversidade geográfica e paisagística. A oferta deve ser diversificada, explorando as diferentes partes do território e é

importante apostar na qualidade e ter como indicadores não só o número de visitantes, mas também a rentabilidade por turista. O setor do turismo é importante, e tudo o que possa aumentar a sua resiliência deve ser explorado. Portugal pode combinar o turismo convencional com o turismo da natureza, o turismo da saúde, o turismo cultural, a náutica de recreio e construir uma oferta competitiva (p. 123).

As campanhas de *marketing* e promoção *online* em Portugal devem começar a ser uma grande aposta por parte do setor turístico, de modo a destacar as experiências positivas dos viajantes (Seabra et al., 2021b). Deve-se promover um ambiente seguro e confiável que se pode encontrar em diferentes cidades, evidenciando, também, as medidas e decisões que foram implementadas para mitigar a COVID-19 (Seabra et al., 2021b).

A COVID-19 pode vir a ser o ponto de viragem entre as grandes e pequenas cidades, podendo ser um começo para um investimento em territórios de baixa densidade e nos destinos mais naturais (Seabra et al., 2021b). Seabra et al. (2021b) destacam que o património cultural e histórico das pequenas e médias cidades do interior de Portugal podem vir a atenuar o tráfego excessivo que Lisboa e Porto têm vivido nos últimos anos.

Machado (2020) - Presidente da Turismo Centro Portugal -, no livro *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas*, reforça as conclusões anteriormente referidas, sendo que o comportamento dos turistas será diferente, a curto e a médio prazo. Estas irão procurar destinos mais próximos e mais seguros desde que reúnam as condições necessárias de hospitalidade que antes não eram prioridade.

Capítulo III – Abordagem de conceitos em Turismo

O capítulo seguinte irá abordar conceitos essenciais referentes ao turismo e seus elementos que se tornam fulcrais para um melhor entendimento desta dissertação. É importante clarificar que a abordagem destes conceitos será geral e superficial, tendo apenas como objetivo fornecer conhecimentos base para uma melhor compreensão dos temas abordados ao longo desta dissertação.

1. Turismo e turista

A palavra turismo encontra-se intimamente associada ao conceito de “viagem, de descoberta, de exploração e de reconhecimento” (Neto, 2011, p.29). As viagens realizadas atualmente pelo ser humano remontam para milhares de anos atrás, especialmente quando estes iam à procura de alimento, de abrigo ou para se refugiarem das catástrofes naturais (Pinto, 2013). Não obstante, as viagens com fins de lazer, educação ou saúde apenas começaram a ganhar notoriedade no século XVIII, com o desenvolvimento do *Grand Tour* na Europa (Wanhill, 2018), iniciando-se, assim, a atividade turística. Em concordância, Esteves (2002) explana que a palavra "turismo" remota para o mesmo século, alterando-se devido à primeira revolução industrial e ao desenvolvimento da classe média, o que auxiliou o desenvolvimento da atividade turística. Foi a “partir da década de 60 que o turismo passou a enquadrar uma grande concorrência de destinos turísticos a nível mundial, pelo que a especialização e diferenciação do "produto" turístico” (Esteves, 2002, p.6).

Nazneen et al. (2020) destacam que esta indústria tem vindo a crescer desde os anos 50, resultando, maioritariamente do lazer (Gomes, 2021). Por consequência, tornou-se numa das atividades que mais tem contribuído, a nível mundial, para o desenvolvimento económico e social de alguns países (Esteves, 2002), representando um em cada dez postos de trabalho e contribuindo cerca de 10% do PIB mundial (Correia & Homem, 2018). Neto (2011, p.29) ainda acrescenta que o turismo tem vindo a ganhar progressivamente notoriedade devido ao “reconhecimento do seu relevante papel no desenvolvimento económico e social, gerando renda e empregos”. Neste seguimento e devido à sua importância, o turismo é considerado pela *United Nations* (2010) como sendo um fenómeno social, cultural e económico relacionado ao movimento de pessoas para locais fora de seu local de residência habitual, tendo como principal motivação o prazer.

Intimamente associado à palavra “turismo” destaca-se a palavra “turista”. Oliveira (2014, p.21) refere que o “termo turista (...) remota ao século XVIII e está associado ao *Grand*

Tour, que tinha como paragens obrigatórias do itinerário as cidades de Paris, Roma, Florença e outras cidades europeias, centros de arte e cultura na época. (...)”. Já Gomes (2021) destaca que,

a palavra turista era utilizada apenas para designar aqueles que viajavam por puro prazer, quer pelo desejo de conhecer a maneira de viver de outros povos e tradições ou para aumentar os seus conhecimentos descobrindo novas paisagens na natureza ou ao conhecer o carácter histórico de aldeias, vilas ou cidades que visitavam, excluindo todas as pessoas que se deslocavam por um motivo diferente, quer fosse ele profissional, de saúde ou até religioso (p.16).

Em concordância com Gomes (2021), Camilleri (2018) refere que um turista é um indivíduo que deixa, voluntariamente, o seu ambiente habitual e se desloca para qualquer outro destino com o intuito de o visitar.

Para a OMT (as cited in Maricato, 2012) a definição de turista é explanada como sendo qualquer pessoa que se encontre, pelo menos, 24 horas fora do seu local de residência para fins que não o exercício de uma atividade remunerada no destino onde se encontra a pernoitar, seja no seu próprio país ou no estrangeiro. A OMT ainda realça que, não só é considerado o tempo máximo de permanência do turista fora da residência habitual, como também a realização de atividades por um período consecutivo, inferior a um ano, com fins de lazer, negócios, saúde e outros (as cited in Maricato, 2012).

2. Viagens, viajante e objetivos principais de uma viagem: lazer

A vida frenética em que a sociedade atual se encontra inserida faz com que a mesma necessite de momentos de fuga, preenchendo esses tempos livres com a presença de atividades de lazer (Nadais & Santos, 2012). Para Lee & Chen (2020, p.1), é “amplamente reconhecido que o setor mais importante no caminho do desenvolvimento económico de um país é o de viagens e lazer”. Viajar, para além de ser um refúgio do quotidiano, tornou-se das formas mais divertidas de conhecer e explorar novos lugares, sendo considerada por Carvalho (2015) como uma forma de libertação e realização pessoal. As inúmeras experiências que se conseguem obter durante uma viagem são abundantes, contribuindo para o enriquecimento pessoal de cada indivíduo, obrigando, muitas vezes, a que as pessoas saiam da sua zona de conforto pelo facto de se encontrarem expostos a variadíssimos desafios e contextos.

Neste seguimento, a *United Nations* (2010), refere que as viagens são consideradas como a atividade realizada pelos viajantes. Estes, por sua vez, são pessoas que se deslocam entre diferentes localizações geográficas para qualquer propósito. Estas viagens podem ser divididas em dois grupos: as viagens domésticas, quando a deslocação é realizada dentro do país de

residência ou por viagens internacionais, quando a deslocação é realizada para fora do país de residência. Camilleri (2018) refere ainda que as viagens domésticas podem ser voos de um ponto a outro ponto, dentro do mesmo país, enquanto as viagens internacionais são viagens de um ponto em um país para um ponto dentro de um país diferente.

Atualmente, uma das principais causas que leva um indivíduo a realizar uma viagem resume-se à necessidade de fuga à vida quotidiana, à necessidade de procurar satisfação e descanso físico, psíquico ou emocional, em prol do seu bem-estar (Brito, 2004; Paiva, 2013).

A *United Nations* (2010) realça que existem várias motivações relativamente às viagens turísticas, diferenciando as **motivações pessoais** onde estão culminadas as férias, lazer e recreação; visita a amigos e parentes; a educação; a saúde e cuidados médicos; a religião/peregrinações; as compras; o trânsito e as **motivações profissionais**. Neste sentido, para um melhor entendimento desta investigação, torna-se fulcral destacar as motivações relacionadas com o lazer, sendo que a *United Nations* (2010) engloba as férias, lazer e recreação numa única categoria, onde estão inseridos os passeios turísticos, visitas a locais naturais ou artificiais, participação em eventos desportivos ou culturais e prática de vários desportos.

3. Destinos Turísticos e os seus elementos

Uma das grandes preocupações aquando da escolha de um destino turístico consiste na necessidade de saber se o mesmo se encontra livre de doenças, crimes e/ou catástrofes (Uğur & Akbıyık, 2020). No entanto, estes destinos turísticos encontram-se repletos de produtos e serviços que poderão vir a satisfazer as necessidades, tanto da comunidade local como dos turistas que o visitam. Atualmente, o turismo acarreta inúmeros recursos que proporcionam ao novo turista não só entretenimento, mas também enriquecimento pessoal e lazer (Oliveira, 2014), sendo que,

estes recursos turísticos constituem o conjunto de recursos postos à disposição da atividade turística, por exemplo, uma estrada, um hotel, uma galeria de arte, os modos de vida e a própria hospitalidade das pessoas são recursos que podem concorrer para a criação de um produto turístico (p.27).

A UNWTO (2019) define destino turístico como sendo um ou vários espaços físicos, tendo Moreira (2013) a complementar esta definição, acrescentando as várias componentes que o constituem, incluindo, assim, diversos produtos e serviços básicos tais como as atrações, os equipamentos, as infraestruturas, as acessibilidades, os recursos humanos, a imagem e o preço (UNWTO, 2007). Neste sentido, Camilleri (2018) refere cinco elementos-chave que podem

ser essenciais para um destino turístico: o transporte, o alojamento, as atrações, as atividades e as instalações. Esta diversidade e variedade de produtos que um visitante pode encontrar num destino pode ser bastante abastada, necessitando de organizações que se responsabilizem pela sua gestão, existindo assim, as Organizações de Gestão de Destinos (OGD) que são responsáveis pela promoção e *marketing* do mesmo (Santos, 2018).

3.1. Transportes

Os transportes têm sido usados pelos humanos como forma de viajar, de um destino para o outro, desde os tempos remotos (Mammadov, 2012). Camilleri (2018) e a *United Nations* (2010), referem que os acessos aos transportes permitem aos turistas não só chegar ao destino pretendido, mas também ter acesso às várias atrações presentes no próprio destino. Neste sentido, Camilleri (2018) explana que o turismo não existiria hoje se os turistas não se conseguissem deslocar de um destino para outro de uma forma rápida e eficaz. É graças aos transportes que essas viagens se tornam possíveis, constituindo um dos principais setores da indústria do turismo (Camilleri, 2018) e têm uma relação simbiótica (Page & Ge, 2009).

Esta relação resulta na acessibilidade uma vez que facilitam a deslocação entre os destinos de origem e o de chegada (Paínço, 2014). Porém, a escolha do transporte utilizado por parte dos turistas irá sempre depender do tipo de viagem que este pretende, sendo que, em viagens internacionais, o meio de transporte é muitas vezes escolhido com base na distância entre o ponto de origem e o destino pretendido (*United Nations*, 2010).

Posto isto, os transportes podem ser divididos em grandes três categorias: aéreo, aquático e terrestre. Com o exponencial crescimento do turismo nas últimas décadas, as pessoas sentiram necessidade de se deslocar para outros locais, utilizando assim, os transportes aéreos para alcançar destinos mais longínquos (Camilleri, 2018). Mammadov (2012) ainda acrescenta que este transporte é considerado como o mais seguro e o que mais economiza tempo aos turistas. Em contrapartida, para a realização de viagens de curta distância, os transportes de preferência são os terrestres e até mesmo os aquáticos, tendo principal destaque os veículos próprios, os comboios ou até mesmo os barcos (Mammadov, 2012; Camilleri, 2018).

3.2. Alojamento

O setor do alojamento sempre se encontrou intimamente ligado com o turismo, sendo um elemento fulcral para o seu sucesso, sendo que “a qualidade do alojamento turístico e o respetivo serviço assumem uma grande importância para a qualidade global da experiência turística” (Gomes, 2021, p.20).

Neste sentido, encontrando-se fora do seu ambiente normal, os turistas necessitam de locais onde possam pernoitar em segurança (*United Nations*, 2010). Camilleri (2018) destaca que o alojamento permite ao turista ter estabelecimentos adequados para a sua estada, sendo que, na perspetiva do autor, deve ser ampla e variada. Neste sentido, torna-se importante destacar as várias tipologias e os seus conceitos. Ao abrigo do Decreto-Lei n.º 39/2008 (p.1441), de 7 de março, “considera-se um empreendimento turístico, os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispondo, para o seu funcionamento, de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares”. Ainda ao abrigo do mesmo decreto, o alojamento local é definido como sendo estabelecimentos (moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem) que prestem serviços de alojamento temporário, mas não reúnam os requisitos necessários para serem considerados empreendimentos turísticos.

Posto a definição destas duas tipologias, agregados aos empreendimentos turísticos, o Decreto-Lei n.º 39/2008 (p.1441-1445), de 7 de março, destaca que:

- **Estabelecimentos hoteleiros** estão destinados a proporcionar alojamento e outros serviços, com ou sem fornecimento de refeições, culminando os hotéis, os hotéis-apartamentos e as pousadas;
- **Aldeamentos turísticos**, são empreendimentos destinados a proporcionar alojamento e serviços complementares de apoio a turistas, constituídos por um conjunto de instalações funcionalmente interdependentes situados em espaços com continuidade territorial;
- **Apartamentos turísticos** são unidades de alojamento coerentes, devidamente equipados, que se destinam a proporcionar alojamento e outros serviços complementares e de apoio a turistas;
- **Conjuntos turísticos (resorts)**, são constituídos por núcleos de instalações funcionalmente interdependentes, destinados a proporcionar alojamento e serviços complementares de apoio a turistas, sujeitos a uma administração comum de serviços partilhados e de equipamentos de utilização comum, que integrem pelo menos dois empreendimentos turísticos, sendo obrigatoriamente um deles um estabelecimento hoteleiro;
- **Empreendimentos de turismo de habitação** são estabelecimentos de natureza familiar instalados em imóveis antigos particulares com um grande valor arquitetónico, histórico ou artístico. Os palácios e os solares podem inserir-se nestes empreendimentos, localizando-se tanto em espaços rurais como urbanos;

- **Empreendimentos de turismo no espaço rural** são estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento a turistas e produtos turísticos, normalmente localizados em espaços rurais, agregando as casas de campo; o agroturismo e os hotéis rurais;
- **Parques de campismo e de caravanismo**, são empreendimentos instalados em terrenos devidamente delimitados e estruturados onde é permitido a instalação de tendas, reboques, caravanas ou autocaravanas e demais material, podendo ser de cariz público ou privativo, consoante se destinem ao público em geral (Decreto-Lei n.º 39/2008, p.1441-1445).

3.3. Atrações, Atividades e Instalações

As atrações, juntamente com tudo o que constitui um destino turístico, desempenham um papel fundamental para um turista durante a escolha do destino (Brás, 2012). As atrações turísticas, sejam elas de cariz natural ou humano, são consideradas como elementos fulcrais de uma região (Ruschmann, 2016). Ruschmann (2016) destaca que, sem atrações, todos os outros serviços de turismo não iriam ser necessários, o que acabaria por fazer com o que o turismo que hoje em dia conhecemos e observamos não existisse.

Nesta perspetiva, as atrações são o elemento de destaque da oferta turística, uma vez que são consideradas como a principal fonte de atratividade do destino e a principal motivação que leva o turista a visitar um destino (Vengesai, Mavondo & Reisinger, 2009; Cerdeiro, 2014) Camilleri (2018) destaca que um destino deve ter várias atrações que permitam ao indivíduo ter experiências únicas e autênticas. Segundo o autor, quanto maior for a variedade de atrações, maior será a probabilidade de este atrair um maior número de turistas, sendo que é possível haver atrações de cariz:

- **Natural** onde se insere o clima, as paisagem, os vales, as montanhas, o relevo, a flora, a fauna; as praias, os rios, os lagos e o mar (Beerli & Martín, 2004; Manente, 2008; Esteves, 2002);
- **Cultural** onde se insiere os hábitos, os costumes, as festas, as romarias, a gastronomia e as tradições da população (Manente, 2008; Esteves, 2002)
- **Humano** onde se insere a construção de edifícios históricos, culturais, religiosos, estruturas de alojamento, equipamentos desportivos e de animação, meios de acesso e facilidade de transporte (Kim & Agrusa, 2005).

No que toca às atividades, Camilleri (2018) evidencia que estas se encontram presentes num destino, fazendo com que os turistas consigam desfrutar das mesmas, como por exemplo: realização de compras, ter a possibilidade de se deslocar a estabelecimentos de restauração, utilizar estabelecimentos desportivos ou praticar atividades ao ar livre. Para Esteves (2002, p. 14) “as mais valias turísticas de qualquer destino só podem ser desenvolvidas mediante a existência de infraestruturas, equipamentos e serviços que se complementem e integrem uma oferta turística identificável”.

Para tal, é preciso que as instalações presentes nesse destino se encontrem em condições de proporcionar as necessidades mais básicas, tais como a eletricidade, água potável, instalações sanitárias, estradas, edifícios policiais, infraestruturas e serviços de emergência, correios, telecomunicações, entre outros, garantido, assim, a segurança do turista num destino durante a sua estada (Camilleri, 2018).

4. Comportamento do consumidor no processo de tomada de decisão de uma viagem

4.1. Comportamento do Consumidor

Os estudos relativamente ao comportamento do consumidor tornam-se fulcrais, nomeadamente, para os profissionais de *marketing*, uma vez que lhes permite estudar os valores, necessidades e desejos dos consumidores, de modo a entender melhor a mente e as emoções dos consumidores (Martins, 2013). Perceber e tentar compreender as interações dos fatores interpessoais, os grupos culturais, sociais, hábitos, atitudes psicológicas e económicas são, para Levrini e Maciel (2016), fundamentais para uma melhor compreensão acerca do comportamento do consumidor, relativamente a uma compra de produtos ou serviços que, posteriormente, irá usar e avaliar.

O comportamento dos consumidores tem-se alterado ao longo da história. O turista tradicional, foi substituído pelo que procura experiências únicas e autênticas, tornando-se assim, cada vez mais exigente, com gostos cada vez mais sofisticados e personalizados (Coghlan, Buckley & Weaver, 2012; Arada, 2014).

Neste sentido, para Moutinho (2000) existem vários fatores que podem influenciar o comportamento do consumidor, sendo o processo de obter e organizar a informação que irá direcionar o consumidor a obter uma decisão.

Kotler e Keller (2012) também se debruçam sobre o comportamento dos consumidores desenvolvendo um modelo (Figura 5) em que defendem que estes encontram-se sujeitos a um conjunto estímulos, os quais combinados com os seus aspetos psicológicos e com as suas

características pessoais, irão, posteriormente, influenciar o seu processo de tomada de decisão em relação a uma compra em específico.

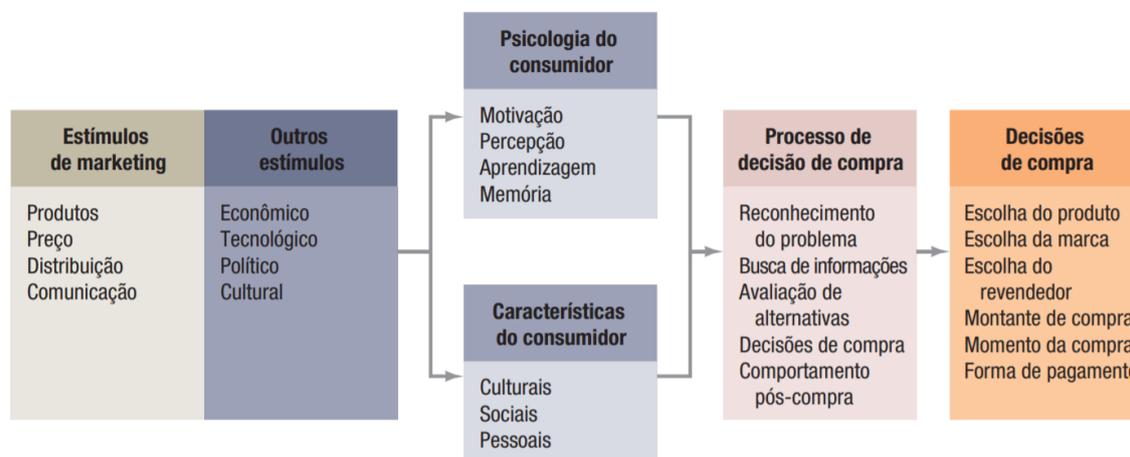


Figura 5: Modelo do comportamento do consumidor

Fonte: Kottler & Keller (2012, p. 172)

4.2. Processo de tomada de decisão de uma viagem

Moutinho (2000), Moreira (2010) e Kottler e Keller (2012) destacam que o comportamento dos consumidores pode ser influenciado por diversas e variadas motivações e determinantes. Para Kottler e Keller (2012, p.164) “o comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais e pessoais. Entre eles, os fatores culturais exercem a maior e mais profunda influência”, tendo Moreira (2010) a destacar a psicologia do consumidor ou as influências internas onde se encontram englobadas a motivação, aprendizagem e a memória.

Já Rebelo (2017) destaca outros fatores que influenciam o comportamento do consumidor, agrupando-os em variáveis externas e internas. As variáveis internas englobam as “motivações pessoais, a personalidade, o nível de rendimento, o estado de saúde, a situação familiar, a vida profissional, as experiências passadas, quer sejam positivas ou negativas, as preferências e interesses, o estilo de vida, as atitudes, percepções e opiniões” (Rebelo, 2017, p. 27-28), enquanto as externas, Rebelo (2017), consistem

a disponibilidade de produtos adequados (que vão de encontro às necessidades da procura turística), o conselho dos agentes de viagens, a recomendação ‘boca-a-boca’ (de familiares, amigos, e de outros turistas), restrições políticas às viagens: concessão de vistos, situações de guerra, epidemias e calamidades, e, ainda, o clima (p.28).

No entanto, a realização de uma viagem turística desenvolve-se quando um indivíduo deseja ou tem intenções de viajar para um destino (Seabra, 2004). Para que tal aconteça é necessário passar por vários processos, sendo que um deles se encontra interligado com o modelo anteriormente apresentado: o processo de decisão de compra.

Neste processo de tomada de decisão (Figura 6), os consumidores para além de serem influenciados pelos diferentes fatores mencionados anteriormente, passam por um processo de planeamento, escolha, avaliação e ponderação de alternativas relativamente a realizar uma viagem (Seabra, 2004). Kottler e Keller (2012), Rani (2014) e Kumar (2019) destacam cinco etapas: reconhecimento do problema, busca de informações, avaliação de alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra. Todavia, os consumidores não têm necessariamente que passar por todas as etapas (Kottler & Keller, 2012).

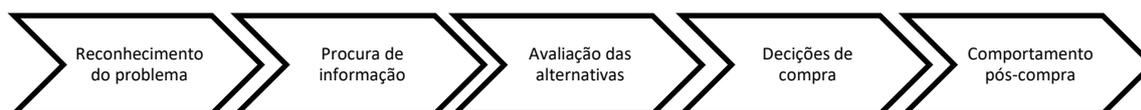


Figura 6: Processo de tomada de decisão

Fonte: Elaboração Própria adaptado de Kottler & Keller (2012, p. 172)

A primeira etapa do processo de decisão do consumidor, passa pela identificação e reconhecimento do problema que “depende, essencialmente, do grau de discrepância existente entre o estado atual (situação presente do consumidor) e o seu estado desejado (ou seja, a situação em que o consumidor gostaria de estar)” (Seabra, 2004, p. 24). Este reconhecimento acontece quando o consumidor sente uma diferença entre o estado atual e o estado desejado e caso esta diferença não aconteça, a identificação do problema não acontece (Moreira, 2010; Martins, 2013).

De seguida, o consumidor dedica-se à procura de informação para chegar a um resultado, escolhendo a informação que mais se identifica e mais lhe desperta interesse e curiosidade (Moreira, 2010). Neste sentido, Kottler e Keller (2012, p.180) destacam várias fontes onde consegue obter informação, tais como:

- **Fontes pessoais:** família, amigos, vizinhos e outros conhecidos.
- **Fontes Comerciais:** publicidade, *sites online*, vendedores e representantes.
- **Fontes Públicas:** Meios de comunicação, organizações de classificação de consumo.
- **Fontes Experimentais:** Uso do produto e o manuseamento do produto.

Apesar da informação ser fulcral para a tomada de decisão existem, em alguns casos, consumidores que tomam as suas decisões sem nunca terem realizado uma procura de informação (Seabra, 2004). Todavia, a *United Nations* (2010) destaca que os consumidores recorrem, frequentemente, aos serviços das agências de viagens para obter informações sobre as alternativas que têm para efetuar as suas reservas, incluindo o tipo transporte, alojamento, atividades recreativas, entre outras informações que o consumidor pode achar pertinente saber.

Ao obter toda a informação necessária, o consumidor encontra-se pronto para passar à próxima fase que é designada por avaliação de alternativas. Nesta fase, o consumidor vai avaliar os vários produtos e serviços existentes no mercado que lhe permitam satisfazer as suas necessidades, comparando-as com possíveis alternativas anteriormente selecionadas, de modo a selecionar a que acha mais favorável (Seabra, 2004; Rebelo, 2017). Assim, o consumidor acaba por hierarquizar esses produtos e serviços consoante as suas preferências e, posteriormente, irá escolher aquele que considera ser mais apropriado aos seus desejos e necessidades (Rebelo, 2017).

Após a fase de avaliação, onde já tem toda a informação selecionada (Martins, 2013), o consumidor segue para a fase de compra, onde Engel, Warshaw e Kinnear (1993 *as cited in* Seabra, 2004) colocam três questões:

- 1) quando comprar;
- 2) onde comprar;
- 3) como pagar.

É nesta fase que o consumidor escolhe o destino que pretende visitar, os fornecedores de serviços a que irá recorrer, as atividades que pretende desenvolver no destino, a duração da visita e a forma de reserva que utilizará (Rebelo, 2017).

Por último, a fase que completa este modelo, designa-se fase de pós-compra. Seabra (2004, p.25) destaca que nesta fase, é realizada a “análise de quatro áreas que ocorrem depois da compra ou aquisição: uso, avaliação, disposição e comportamento de compra repetitivo”. O consumidor encontra-se com as condições necessárias para efetuar uma avaliação entre as expectativas anteriormente criadas e a utilização durante e depois do produto em questão. Este processo irá desenvolver um sentimento de satisfação ou de insatisfação no consumidor (Martins, 2013), sentimento esse que será influenciado pelo resultado do produto, o processo de compra e as expectativas do consumidor (Seabra, 2004). Logo se os resultados superarem as expectativas e os consumidores estiverem realmente envolvidos na compra, os seus níveis de satisfação irão ser muito superiores (Martins, 2013). Assim, se um consumidor ficar satisfeito,

existe uma maior probabilidade de voltar a comprar e a usufruir do produto (Kottler & Keller, 2012), acabando por fazer recomendações a amigos ou familiares (Rebelo, 2017).

5. Perceção de Risco e risco de saúde nas viagens

O turismo está geralmente associado a atividades de prazer e lazer, logo o risco é visto como algo a ser evitado (Williams & Baláž, 2015), podendo determinar se o turista se sente seguro durante a sua viagem (Moreira, 2010).

No entanto, há uma diferença entre o risco real e o risco percebido (Carballo, León & Carballo, 2017). O risco, de uma forma global, é considerado por Ritchie e Jiang (2019) como algo que se encontra inerente à vida quotidiana, podendo ser medido pela probabilidade de um perigo se concretizar (Hofstede, 2001). Já o risco percebido pode ser definido como sendo uma ameaça provinda do ambiente externo ou interno, colocando em risco a integridade, a saúde e a segurança do viajante durante a sua estada (Maser & Weiermair, 1998; Brás, 2012; Amorim, Soares & Tarlow, 2015; Chien, Sharifpour, Ritchie & Watson, 2017).

Esta perceção pode estar associada a vários fatores, existindo assim vários tipos de riscos associados às viagens. Adam (2015) destaca os riscos físicos, financeiros, funcionais, mecânicos, problemas de organização, instabilidade política, psicológicos, satisfação, violência e terrorismo, desastres naturais, riscos sociais e de saúde, podendo, deste modo, afetar gravemente o bem-estar físico e psicológico dos turistas.

A perceção de risco é considerada com um fator importante quando se considera o turismo internacional (Qi, Gibson & Zhang, 2009), podendo até influenciar as decisões de viagem (Sönmez & Graefe, 1998). Morakabiti (2018) ainda acrescenta que a perceção do risco relacionada às viagens é uma imagem baseada na probabilidade de sofrer consequências negativas ao visitar um destino. Deste modo, se um turista tiver a perceção de que um destino se encontra em risco, a probabilidade de viajar para o mesmo torna-se improvável (Kozak, Crotts & Law, 2007).

Os turistas, quando viajam, podem estar expostos a riscos associados à saúde, especialmente quando estes viajam para destinos estrangeiros e desconhecidos (Chua, Al-Ansi, Lee & Han, 2020). Park e Reisinger (2010) exemplificam com mais detalhe o que alguns destes riscos acarretam, sendo que, para esta investigação, é necessário destacar o **risco de saúde**.

O risco de saúde, pela frequência cada vez mais acentuada de pandemias, epidemias e surtos nas últimas décadas (Abrantes et al., 2021), tem sido cada vez mais explorado na literatura em turismo. Este risco aumenta a probabilidade de um indivíduo adoecer ou de um evento negativo ocorrer durante uma viagem, podendo envolver uma pessoa ou um grupo

(Menon, Raghurir & Agrawal, 2006). Já Shin e Kang (2020) acrescentam que estes eventos podem ser associados ao terrorismo, situação política, desastres naturais e pandemias, que por consequente, podem afetar o risco físico do consumidor (An, Lee & Noh, 2010).

No estudo levado a cabo por Kozak et al. (2007) destaca que a propagação de doenças leva, muitas vezes, a que os destinos fiquem uma imagem negativa aos olhos dos consumidores, podendo fazer com que os mesmos alterem os seus planos de viagem consoante os aparecimentos destes riscos. Neste seguimento, Brás (2012) afirma que as viagens se encontram associadas a vários conjuntos de riscos de saúde, logo, estes riscos devem ser tomados em consideração, não só pelo turista, como também pelos governos e pela indústria turística dos destinos afetados.

6. Importância da segurança de saúde nas viagens

A Teoria das Motivações, apresentada por Maslow em 1943, expõe uma hierarquização de necessidades em que a segurança é a segunda mais importante depois das necessidades fisiológicas (Moreira, 2010; Yang & Nair, 2014; Carvalho, 2018).

Neste sentido, a segurança sempre foi uma condição indispensável para o turismo, afetando os comportamentos de decisão de compra do consumidor (Moreira, 2010). Ninguém se quer sentir exposto a situações que poderão vir a ameaçar a sua integridade (Swarbrooke & Horner, 2007; Moreira, 2010), e com o decorrer do tempo, os turistas tornam-se, cada vez mais conscientes deste fator e da sua importância.

Atualmente, é considerado como um elemento fulcral e decisor quando se planeia uma viagem, especialmente em destinos internacionais, podendo influenciar na decisão de viajar por partes dos consumidores (Sönmez & Graefe, 1998; Reisinger & Mavondo, 2005; Mansfeld & Pizam, 2006; Swarbrooke & Horner, 2007; Kóvári & Zimányi, 2011; Rittichainuwat & Chakraborty, 2012; Brás, 2012; Adeloje & Brown, 2018; Poku & Boakye, 2019).

Para Korstanje, Skoll, Schroeder e Pennington-Gray (2016) o ato de viajar é baseado na confiança, logo, os turistas pretendem viajar para locais onde sabem que irão conseguir satisfazer as suas necessidades com o mínimo de ameaças à sua segurança (Moreira, 2010). Não obstante, se algo acontecer, isso pode levar ao cancelamento de viagens reservadas, do afastamento dos potenciais turistas aos destinos afetados e fazendo com que os mesmos se desviem para destino mais seguros (Mansfeld & Pizam, 2006).

Assim, Zou e Meng (2019) explanam que o entendimento de segurança dos turistas é determinado pelas discrepâncias antes e depois da viagem, isto é, as expectativas de segurança que o viajante tem antes da viagem e a segurança que obtém durante e após a viagem. Caso um

destino turístico seja percecionado como inseguro, pode entrar em declínio e dificilmente recuperar devido à falta de visitantes (Paiva, 2019).

Não obstante, já decorreram eventos que impactaram severamente a segurança (Korari & Zimányi, 2011). O termo "crise" é referido por Polyzos, Samitas e Spyridou (2020), como sendo uma série de eventos repentinos que causam uma grande agitação no país e, por consequente, originam uma sensação de medo.

Ao longo das décadas, a indústria turística tornou-se suscetível a desastres naturais (sismos, furacões, *tsunamis*), e a desastres antrópicos (terrorismo, crime, violência, guerras, problemas de saúde como surtos epidémicos, instabilidade política), impactando fortemente a indústria do turismo, como os ataques terroristas do 11 de setembro em 2001, a SARS em 2003 e a MERS em 2012 (Brás, 2012; Çetinsöz & Ege, 2013; Semedo, 2019; Chebli & Said, 2020; Gössling et al., 2020).

Estes acontecimentos podem levar a que um destino obtenha uma imagem negativa aos olhos dos consumidores, afetando a sua reputação de segurança, conforto e atratividade (George, 2003; Kozak et al., 2007; Seabra, Abrantes & Kastenholtz, 2014), e, por consequente, a indústria do turismo uma vez que afasta o potencial consumidor do destino outrora selecionado (George, 2003; Águas & Brás, 2007; Paiva, 2019; Ma, Chiu, Tian, Zhang & Guo, 2020. Seabra et al., 2020).

As epidemias e pandemias acabam por ser consideradas como as piores notícias que um turista pode receber (Uğur e Akbıyık, 2020). Com o passar do tempo e com os avanços tecnológicos e, por consequente, os avanços na medicina e na saúde pública, as pandemias continuam a acontecer, tendo vindo a aumentar gradualmente desde a segunda metade do século XX (Hall et al., 2020). Isto deve-se não só ao facto de a globalização aumentar a probabilidade de aparecimento de uma doença num país e alastrar-se rapidamente (Smith, 2006), mas também devido à crescente deslocação das pessoas para uma maior variedade de locais num menor curto de espaço de tempo, suscitando, assim o aparecimento de doenças provenientes das viagens (Cartwright, 2000).

Hall et al. (2020) ainda realçam que devido à crescente urbanização, os transportes acabam por ser elementos que interligam as pessoas e ajudam na sua movimentação. Cartwright (2000) explana que as áreas geográficas, nomeadamente os países em desenvolvimento, representam o maior risco geral para saúde. No entanto, o autor não descarta o facto de já ter havido países desenvolvidos com um perfil histórico de doenças. O desenvolvimento de bons níveis de higiene de saúde pública por meio da introdução de água

potável segura, esgoto eficiente e eliminação de resíduos sólidos, tem sido um importante fator contribuinte na redução da carga de doenças infecciosas (Cartwright, 2000).

No presente contexto pandémico, a segurança não se restringe apenas às ameaças tradicionais. Segundo Pereira (2020), numa notícia escrita no *Travel BI - Turismo de Portugal*, a segurança sanitária vai ser um fator decisivo aquando da escolha dos destinos, podendo vir a afirmar-se como um novo pilar na esfera de ação de todos os destinos. Perante a COVID-19 (pandemia globalmente instalada) e a perceção de risco, nomeadamente, relacionado com a saúde, faz com que as medidas de segurança e infraestruturas de saúde sejam temas que os destinos e as comunidades devem abordar (Seabra et al., 2021a).

De forma a mitigar a propagação deste vírus, muitas foram as medidas de higiene que tiveram de entrar em ação juntamente com as medidas de distanciamento social, indo ao encontro do que foi mencionado no Capítulo II. Contudo, estas medidas e restrições vieram interferir com os planos de viagens dos turistas, levando à alteração de alguns planos de viagens e mudanças nos seus comportamentos.

7. Síntese de estudos realizados acerca dos efeitos da pandemia no comportamento dos consumidores

A COVID-19 criou um nível de medo e pânico nas pessoas sem qualquer precedente (Karl, Kock, Ritchie, Gauss, 2021; Zheng et al., 2021). Este medo irá trazer mudanças no comportamento dos consumidores, sendo que muitos foram os investigadores que se debruçaram sobre as mudanças que a COVID-19 irá acarretar no comportamento dos turistas.

Neste seguimento, De Vos (2020) começa por esclarecer que devido ao distanciamento social, a procura e a intenção de viajar entre em declínio. Devido ao facto de haver uma grande quantidade de profissionais em teletrabalho e estudantes a ter aulas por plataformas digitais, o autor pressupõe que a procura de viagens realizadas no âmbito profissional ou académico poderão vir a diminuir. O autor ainda destaca que os transportes públicos vão ser evitados e substituídos pelos transportes privados, uma vez que estes se tornam mais seguros, garantindo uma maior segurança individual. No entanto, o autor explana que, para quem estiver dependente de transportes públicos, os Táxis e os UBERS serão as suas escolhas uma vez que conseguem fugir ao aglomerado dos autocarros (De Vos, 2020).

Num estudo realizado a 1,100 profissionais de turismo em Itália, Espanha, Holanda e França, pelo Grupo *Interface Tourism* apresentado pela *TendanceHotellerie* (2020) tinha como objetivo analisar as previsões pós-viagem COVID-19, tendo assim concluído que a segurança, a saúde, o seguro e as políticas que envolvam os cancelamentos e os reembolsos serão,

futuramente, critérios de seleção por parte dos viajantes. Este estudo demonstra que a Europa é a região mais solicitada do mundo (87,31%) para efetuar viagens, sendo que Portugal (76,31%) e a Grécia (70,85%) ganham relevância para uma possível retoma devido ao mesmos terem sido pouco impactados pela pandemia aquando da realização deste estudo (*TendanceHotellerie, 2020*). O turismo nacional para a prática de lazer será o primeiro a recuperar, seguindo-se do turismo de negócios. Os destinos naturais também ganham ênfase por parte dos viajantes franceses, tendo preferência em locais repletos de natureza, cultura e património ao invés das viagens de aventura ou de cidade (*TendanceHotellerie, 2020*).

Um estudo realizado pela DNA (2020) a 1,028 entrevistados, destaca que grande parte dos inquiridos apresentam pré-disposição positiva para realizar viagens, principalmente com o seu grupo de conhecidos, excluindo assim a possibilidade de viajar com um grupo de desconhecidos devido ao risco de contágio, tendo também os hotéis como o alojamento turístico de eleição (DNA, 2020).

A escolha do veículo próprio vai ser predominante, sendo que aos olhos de muitos viajantes acaba por ser o transporte mais seguro, seguido do avião (DNA, 2020).

Uma vez que este estudo foi realizado em Espanha, a grande maioria dos inquiridos são oriundos desse mesmo país, pelo que, estes irão preferir realizar viagens nesse mesmo território, dando ênfase a destinos de sol, praia e de natureza (DNA, 2020).

Um outro estudo realizado por Seabra et al. (2021a) relativamente aos impactos da ameaça COVID-19 nas perceções de segurança, veio analisar o impacto da aceitação das restrições dos governos nacionais impostas devido à pandemia COVID-19 nas perceções de segurança dos cidadãos na vida diária e nos planos futuros, tendo o Egito, Portugal e Turquia como principais mercados de avaliação. As conclusões retiradas neste estudo destacam que, esta pandemia veio afetar severamente a vida cidadina das pessoas, nomeadamente, ao medo de que as mesmas começaram a sentir relativamente a contrair o vírus. No entanto, este estudo destaca que a população portuguesa se encontra menos nervosa face aos egípcios, ao contrário do que se denota na população turca que é a que mais demonstra nervosismo perante o vírus.

Brito-Henriques et al. (2020) debruçaram-se, maioritariamente, nos efeitos da pandemia de COVID-19 nos planos de férias e viagens de residentes em Portugal. Este estudo tinha como principal objetivo estudar quatro perguntas bastante pertinentes, tais como as consequências da pandemia nas viagens e nos planos de férias para 2020; as expectativas de evolução da pandemia; a confiança nas instituições e os danos causados pela COVID-19 associados a destinos e alojamentos.

Este estudo revelou que a pandemia provocou o cancelamento ou o reagendamento de muitas viagens programadas para 2020, devido ao risco de contágio. Muitos desistiram de viajar para o estrangeiro, mas houve uma tendência clara para a realização de férias em Portugal. Em conjugação com estudos anteriores, a pandemia refletiu-se na perceção de risco associado às viagens internacionais. Porém, este risco percebido em relação às viagens internacionais é um elemento que tenderá a favorecer as viagens nacionais e o turismo nacional no futuro a curto-médio prazo (Brito-Henriques et al., 2020). Este estudo ainda destaca que os inquiridos preferem alojamentos particulares pagos, privados ou de amigos e não estabelecimentos hoteleiros devido ao facto de estarem a evitar locais de grande massificação, assegurando assim, a sua segurança e o seu isolamento social (Brito-Henriques et al., 2020).

A escolha dos destinos irá começar a ser mais criteriosa e irão começar a ser escolhidos de acordo com os seus sistemas de saúde. Segundo o estudo, os viajantes têm medo de adoecer no estrangeiro e de não terem infraestruturas de apoio caso este cenário aconteça (Brito-Henriques et al., 2020).

Soares et al. (2020) referem o impacto da COVID-19 no comportamento do turista residente no Brasil após a pandemia. O estudo foi publicado em maio de 2020, mas foi desenvolvido em abril, pelo Grupo de Pesquisa GTES: Turismo, Economia e Sustentabilidade, da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Foram entrevistadas 775 pessoas em todo o território brasileiro, através da *internet*. Tendo em consideração que este estudo foi realizado em abril, a pergunta principal tinha como objetivo saber se os turistas tinham alguma viagem planeada para os meses seguintes.

Em comum com um dos estudos referidos anteriormente, uma das grandes e novas preocupações dos inquiridos baseou-se na segurança do destino e na segurança do seu sistema sanitário. Porém, foca-se em compreender os hábitos alimentares dos turistas nos destinos, no sentido de tentar perceber se estes iriam mudar nas viagens futuras. Os resultados revelam que os inquiridos continuam a preferir a gastronomia local e não as cadeiras de alimentação já tão bem conhecidas. Tal como demonstrado anteriormente, este estudo revela também que grande parte dos inquiridos, nomeadamente dos turistas, tem uma grande vontade de continuar a viajar como o faziam num cenário pré-pandemia. O turismo nacional irá predominar numa primeira fase, especialmente os locais ao ar livre. Não obstante, este estudo indica que as viagens para a Europa irão recuperar rapidamente, ao contrário de outras partes do mundo. Portugal, Itália, França e Espanha são os países que mais fidelizam o turista brasileiro relativamente a voltarem a realizar viagens no estrangeiro. Contrariamente, os Estados Unidos e o Reino Unido são os

destinos que não demonstram grande procura por parte dos mesmos (Soares, Gabriel & Romo, 2020).

Ivanova et al. (2020) analisaram as intenções de viagem num mundo pós-pandemia, tendo uma amostra de 974 entrevistados, oriundos da Bulgária. Quando este estudo foi realizado, as conclusões retiradas pelos autores foi de que, a grande maioria dos entrevistados estariam prontos para viajar após obter a permissão para o fazer. Todavia, numa primeira fase, os inquiridos responderam que as viagens nacionais iriam predominar sobre as viagens internacionais. Estas viagens, de acordo com os resultados obtidos irão ser realizadas, maioritariamente, em veículos próprios e com a família, indo assim ao encontro de resultados previamente destacados neste capítulo. No entanto, pessoas com menos rendimentos ou sem a possibilidade de viajar no seu veículo próprio, irão escolher o autocarro como meio de transporte para efetuar as suas viagens. A higiene e o sistema de saúde de qualidade voltaram a ser mencionados como possíveis elementos diferenciadores aquando da escolha de um destino (Ivanova et al., 2020).

O estudo de Chebli e Said (2020) acaba por ir ao encontro às conclusões dos estudos anteriormente mencionados, afirmando que a COVID-19 irá influenciar os hábitos de viagens, nomeadamente no que toca a evitar viagens com grupos desconhecidos ou estar envolvidos em pequenos grupos, devido ao medo de rápido contágio. Perante uma crise sanitária, as questões de higiene e saúde tornaram-se fulcrais. Neste sentido, as condições dos destinos recetores no que toca às questões sanitárias irá começar a ser um elemento diferenciador aquando da escolha de um destino. Para além do destino necessitar de se posicionar de uma forma positiva, todas as acessibilidades relacionadas com o turismo (transporte, alojamento, restauração, instalações de atrações turísticas) devem melhorar as suas condições de higiene, para recuperar a confiança dos consumidores. A vontade de viajar além-fronteiras continua a predominar. No entanto, preferem destinos menos massificados, em muito, relacionado com o medo de ser contaminado ou de se encontrar num grande aglomerado de pessoas desconhecidos em que a sua saúde é, também, desconhecida (Chebli & Said, 2020).

Num outro estudo levado a cabo a 585 chineses e residentes na China, por Nazneen et al. (2020), visava compreender o impacto da COVID-19 no comportamento de viagens. Assim, os autores destacam que a COVID-19 acabou por criar uma ansiedade global e viajar foi considerado como inseguro. Este estudo também revela que os inquiridos preferem viajar com a família em vez de viajar em grupos. Tal como se tem vindo a verificar nos estudos realizados sobre a pandemia, a higiene e a segurança começaram a ter um peso bastante significativo nas pessoas em geral. Este estudo em questão refere que os inquiridos se encontram muito mais

preocupados com a higiene e segurança dos transportes públicos, locais de lazer e hotéis (Nazneen et al., 2020)

Num estudo com 1900 respostas, conduzido por Seabra et al. (2021c), foi possível analisar o impacto da pandemia relativamente à segurança das pessoas e a perceção de risco. Os resultados demonstram que esta pandemia impactou fortemente a perceção de segurança dos portugueses, onde a segurança é destacada como um elemento crucial na escolha de um destino nacional ou internacional. De uma maneira geral, as viagens são consideradas como sendo arriscadas. Todavia, os inquiridos realçam que viagens com o propósito de férias, trabalho ou visita a familiares e amigos são consideradas mais arriscadas quando realizadas no estrangeiro do que no seu próprio país (Seabra et al., 2021c).

É também evidenciado a perceção de segurança na prática de atividades turísticas, tendo mais de 80% dos portugueses inquiridos a sentirem-se inseguros a participar em atividades de lazer e turismo. Locais como parques temáticos, museus, galerias, festivais/concertos, alojamentos hoteleiros, centros comerciais ou locais fechados foram considerados como altamente inseguros entre 60% e 80% dos participantes (Seabra et al., 2021c). Já as atividades que envolvam locais ao ar livre, como praias, rios e lagos, parques naturais ou a prática de atividades ao ar livre foram consideradas mais seguras pela população portuguesa num contexto COVID-19 (Seabra et al., 2021c). No que toca à aceitação de restrições e Medidas de Segurança, os resultados deste estudo destacam que grande parte dos portugueses concorda com as medidas impostas pelo governo, nomeadamente, o dever de quarentena ao domicílio para as pessoas com diagnóstico de COVID-19 (93%) e maior controlo das fronteiras (81%) (Seabra et al., 2021c).

Sumariando estes estudos, mesmo que escassos e bastante prematuros, é possível concluir que os turistas, num modo geral, encontram-se com medo de viajar e de se deslocarem para locais longínquos e massificados. As pessoas vão querer sentir segurança nos destinos que pretendem viajar, ou seja, destinos antes muito procurados serão evitados pelo medo associado às grandes multidões. Aqui, o turismo de natureza, o turismo rural e até mesmo o turismo cultural, vão ser alvo da procura dos turistas para realizarem as suas viagens de lazer.

No que toca ao alojamento, as conclusões podem ser variadas, havendo ainda estudos que referem que os hotéis continuam a ser alojamentos seguros. No entanto, o alojamento privado vai ser bastante procurado uma vez que ajudam aos turistas a escapar a locais de grande aglomeração. Já referente aos transportes, a escolha começa a ser mais criteriosa. Começa pela escolha do transporte próprio, uma vez que as mesmas se sentem mais seguras e confortáveis nos seus carros próprios ou em carros alugados. Esta tendência pode fazer com que os

transportes rodoviários, ferroviários ou aquáticos sofram algumas quedas nos próximos anos. Porém, a aviação comercial, eventualmente não terá assim uma queda tao forte, uma vez que as medidas impostas nos aeroportos se encontram a dar confiança e segurança aos viajantes. por isso vai retomar com alguma naturalidade.

Algo que também é bastante frisado é o facto de o mercado nacional ser, numa primeira fase, o grande impulsionador para que o turismo volte a reerguer-se, ajudando a colmatar os danos causados na economia de cada país.

Capítulo IV – Estudo de caso: Região Centro de Portugal

O Capítulo IV irá destacar a Região Centro de Portugal, correspondendo ao estudo de caso relativo a esta dissertação. Deste modo, serão apresentados dados pertinentes, não só relativos à Região enquanto destino turístico, mas também dados referentes ao turismo de 2019 e as consequências que a COVID-19 acarretou para o setor do turismo.

1. Enquadramento geográfico do Centro de Portugal

A Região Centro é um território inconfundível, repleto de diversidade cultural, patrimonial, natural e histórico, caracterizando uma das mais diversas regiões turísticas.

Com base no Turismo Centro de Portugal (TCP, 2019a) – Plano de Atividades e Orçamento 2019 – esta região representa cerca de 31,3% do território nacional e 22% do Continente. Possui uma área total de 28,405 km², sendo delimitada a Norte pela região do Porto, a leste com Espanha, a sul com a região do Alentejo, a sudoeste com a região de Lisboa e a Oeste com o Oceano Atlântico. Esta região coincide com a unidade territorial NUT II e alberga os distritos de Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Guarda, Leiria e Viseu (Gouveia, Aragonez & Saur-Amaral, 2015). A nível de NUTs III, o Centro integra 12 NUTs III e 8 Comunidades Intermunicipais (CMI) (Figura 7): Região de Aveiro, Região de Coimbra, Região de Leiria, Viseu Dão/Lafões, Beiras e Serra da Estrela, Beira Baixa, Oeste e Médio Tejo (TCP, 2019a). Observando os constituintes das 8 comunidades intermunicipais anteriormente referidas por NUTs III, o TCP (2019a) destaca: **Castelo Branco** – Beira Interior Sul e Pinhal Interior; **Coimbra** – Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte; **Leiria/Fátima/Tomar** – Pinhal Litoral e Médio Tejo; **Oeste** – Oeste; **Ria de Aveiro** – Baixo Vouga; **Serra da Estrela** – Serra da Estrela, Beira Interior Norte e Cova da Beira; **Viseu /Dão Lafões** – Dão Lafões.



Figura 7: Comunidades Intermunicipais pertencentes à região Centro de Portugal

Fonte: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC, s/d) - Comunidades Intermunicipais 2014-2020

Ao abrigo do Decreto-Lei n.º 244/2002, de 5 de novembro, estes seis distritos integram 100 municípios que estão agregados em sub-regiões com uma grande diversidade paisagística (Seabra, Paiva, Abrantes, Pereira & Reis, 2018; Correia & Homem, 2018), sendo estas:

- **Baixo Vouga:** Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Mealhada, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos;
- **Baixo Mondego:** Cantanhede, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Mira, Montemor-o-Velho, Penacova e Soure;
- **Pinhal Litoral:** Batalha, Leiria, Marinha Grande, Pombal e Porto de Mós;
- **Pinhal Interior Norte:** Arganil, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Penela, Tábua, Vila Nova de Poiares, Alvaiázere, Ansião, Castanheira de Pêra, Figueiró dos Vinhos e Pedrógão Grande;
- **Pinhal Interior Sul:** Oleiros, Proença-a-Nova, Sertão, Vila de Rei e Mação;
- **Dão-Lafões:** Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro Daire, Mangualde, Mortágua, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Sátão, Tondela, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela;

- **Serra da Estrela:** Fornos de Algodres, Gouveia e Seia;
- **Beira Interior Norte:** Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Guarda, Manteigas, Meda, Pinhel, Sabugal e Trancoso;
- **Beira Interior Sul:** Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor e Vila Velha de Ródão;
- **Cova da Beira:** Belmonte, Covilhã e Fundão.
- **Oeste:** Alcobaça, Bombarral, Caldas da Rainha, Nazaré, Óbidos, Peniche, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Cadaval, Lourinhã, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras.
- **Médio Tejo:** Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Sardoal, Tomar, Torres Novas, Vila Nova da Barquinha e Vila Nova de Ourém.

Ainda com base no decreto anteriormente referido, em 2002, foram estabelecidas as matrizes de delimitação geográfica, dividindo os vários municípios pelas suas respetivas NUTs III, apresentado na figura 8. De uma forma generalizada, Dão Lafões, pertencente à CIMs de Viseu /Dão Lafões é a NUT III com mais municípios integrados (15) enquanto a Serra da Estrela, pertencente à CIMs da Serra da Estrela apenas tem 3 municípios integrados.

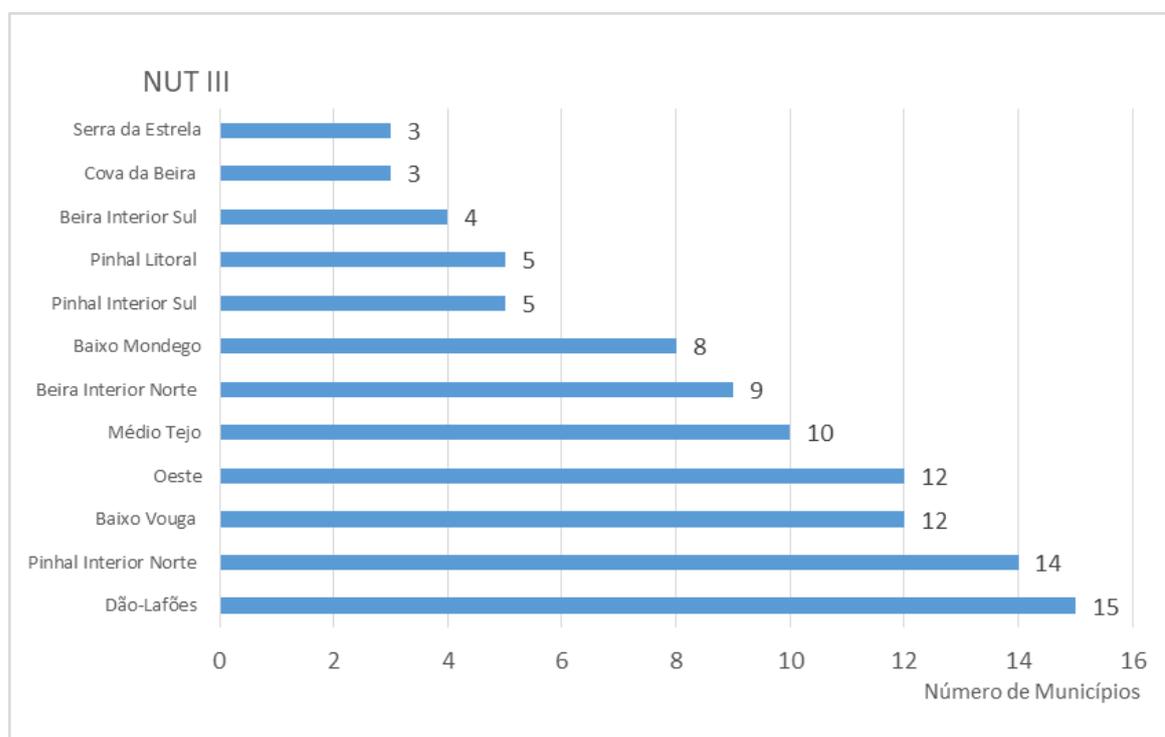


Figura 8: Número de municípios (NUTs III) pertencentes às oito CIMs da região Centro de Portugal

Fonte: Elaboração Própria com base no Decreto-Lei n.º 244/2002

2. Oferta e procura turística na Região Centro de Portugal

Antes de abordar o turismo nesta região, é necessário enumerar as várias entidades que contribuem para a constituição da mesma enquanto destino turístico. Pina (2018, p.36) enumera os “Municípios, Associações Empresariais, Comunidades Intermunicipais (CIM), Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDR), Turismo do Centro de Portugal (TCP), Entidades Privadas e, ainda, a Direção Regional da Cultura do Centro (DRCC)”.

Como explano anteriormente, Portugal tem vindo a ganhar notoriedade aos olhos de quem procura este destino. Devido à centralidade que Portugal tem vindo a adquirir, pelas razões anteriormente referidas, o aumento da procura das suas regiões, cresceu. As Estatísticas do Turismo referentes ao ano 2019, disponibilizado pelo INE (2020a), no capítulo referente ao Inquérito às Deslocações dos Residentes em Portugal, relata-se que a região Centro reforçou a sua posição como principal destino nacional, com 7 milhões de viagens (+19,5%), concentrando 33% do total. A “visita a familiares e amigos” foi a principal motivação destas deslocações (45,7%) logo seguida do “lazer, recreio ou férias” que aumentou a sua representatividade, passando agora a corresponder a 43% do total (INE, 2020a).

Nos indicadores do turismo relativos a 2019, disponibilizado pelo TravelBI (Turismo de Portugal, 2019), considerando apenas o alojamento turístico (hotelaria, turismo em espaço rural/habitação e alojamento local) a Região centro era 4ª região com o maior número de hóspedes – tendo a Área Metropolitana de Lisboa, a Área Metropolitana do Porto e o Algarve à frente, obtendo, em 2019, 4,1 mil hóspedes, + 5,7% face a 2018. O mercado interno predominou com 2,5 mil hóspedes (+6,7% face a 2018) enquanto os mercados externos rondaram os 1,6 mil hóspedes (+4,2% face a 2018). Tendo em conta este total de hóspedes na Região Centro, a hotelaria destaca-se com 3,2 milhares (+4% do que em 2018), o Alojamento Local com 677,1 hóspedes (+14,5% face a 2018) e o TER e TH com 224,5 (+6% do que em 2018) (Turismo de Portugal, 2019).

No que toca a dormidas, esta região contabilizou 7,1 milhões de dormidas, sendo mais 5,3% quando comparado com 2018. O mercado interno voltou a predominar com 4,0 milhões de dormidas (+6,4%) enquanto o mercado externo registou 3,1 milhões de dormidas (+3,9%). A hotelaria arrecadou 5,5 milhões de dormidas (+3,2%), enquanto o alojamento local arrecadou 1,2 milhões (16,3%) e o TER e Turismo de Habitação (TH), 405,9 mil dormidas (+4,5%) (Turismo de Portugal, 2019).

Os números de hóspedes do estrangeiro rondaram os 1,6 milhões, tendo como mercado principal o mercado espanhol com 382,2 (+6,6% do que em 2018) e o mercado brasileiro com

198,6 (+10,2%). Algo importante de referir é relativamente ao mercado francês com 168,5 mil hóspedes, mas com um decréscimo de -7,1% face a 2018 (Turismo de Portugal, 2019).

Referente às dormidas do estrangeiro, esta região contabilizou 3,1 milhões de dormidas (+3,9%). Espanha continuou a liderar com 807,3 mil dormidas (+6,3), seguido da França com 343,8 mil (-3,4%), Brasil com 312,6 mil (+9,7%) e Alemanha com 204,9 mil (+2,5%). A Holanda, registou 172,3 mil dormidas, obtendo um crescimento de 20,8%, sendo o país com um maior crescimento. Por sua vez, a Bélgica representou 66,2 mil dormidas e obteve uma queda de 6,7% face a 2018 (Turismo de Portugal, 2019).

Em adição a estes dados, as Estatísticas do Turismo referentes ao ano 2019, disponibilizado pelo INE (2020a), destaca alguns dados importantes relativos ao turismo na região em estudo. Na seção da hotelaria, destaca a capacidade de alojamento, sendo que todas as NUTs II registaram aumentos do número de camas disponíveis, exceto o Centro (-0,6%), obtendo 12,7% de capacidade (camas) de alojamentos nos estabelecimentos hoteleiros (31-07-2019).

Referente às dormidas de residentes, o Centro foi 4º principal destino para os mesmos com 18%, perdendo contra o Algarve com 27%, o Norte com 18,9% e a Área Metropolitana de Lisboa com 18,3%. Nas dormidas de não residentes o Centro destaca-se também na 4ª posição com um aumento de 2,1% dormidas. O mercado espanhol foi o principal mercado no Centro com cerca de 27,9% de dormidas (INE, 2020a).

A Estada Média nos estabelecimentos hoteleiros, na Região foi de 1,71 noites, tendo sido a estada média mais baixa de todas as NUTs II em 2019 e ficado a 0,99 noites da estada média nacional, que registou 2,69 noites (INE, 2020a).

Referente à Taxa Líquida de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros, este território voltou a apresentar a taxa mais baixa com 37,6% tendo o Alentejo com 41,8% logo de seguida (INE, 2020a).

Na seção referente ao turismo no Espaço Rural e de Habitação, o Centro encontrava-se entre as regiões com mais oferta, contabilizando cerca de 23,7% dos estabelecimentos e 23% das camas oferecidas, sendo também uma das regiões com maior procura por este segmento específico com 20,7% (INE, 2020a).

Na capacidade de alojamento, o Centro apresenta-se como uma das regiões que tem mais oferta de camas, com cerca de 18%, ficando em terceiro aquando comparado com a Área Metropolitana de Lisboa e com o Norte. Falando da repartição das dormidas no alojamento local por regiões, o Centro volta a destacar-se em 4ª posição com 12% do total. As dormidas de

residentes concentraram-se essencialmente na AM Lisboa, Norte e Centro com 21,7% (INE, 2020a).

No final de 2019, no que toca à oferta turística regional, segundo o Turismo Centro de Portugal (s/d), no seu Relatório de Atividades de 2019, esta região tinha em funcionamento cerca de 1.119 empreendimentos turísticos, sendo que deste total, 94 eram parques de campismo e caravanismo, com um valor global de camas de 47,743 (mais 323 camas quando comparado com 2018). O Médio Tejo destaca-se com 9,763 (20%) camas, seguido da Região de Coimbra com 8,811 camas (18%), continuando a representar as parcelas mais relevantes. As Região do Oeste, Beira Baixa e Viseu Dão-Lafões seguem-se com uma percentagem superior a 10% de camas em empreendimentos turísticos, com 16%, 13% e 12% respetivamente.

Em AL, o Centro, no final de 2019, contabilizou 8,934 estabelecimentos registados (7,412 em 2018), tendo assim uma capacidade global de 65,254 utentes face aos 55,855 presentes no final do ano de 2018. A Região do Oeste é a que mais se destaca, com 4,422 estabelecimentos (49,5% da oferta regional), representando cerca de metade da oferta. Estes estabelecimentos disponibilizam 28,814 camas, o que se traduz em 44,2% dos utentes no Centro (Turismo Centro de Portugal, s/d).

Relativamente aos agentes de animação, foram contabilizadas 906 (+107 face a 2018) empresas na região. O Oeste é a que mais se destaca com 311 empresas, o que representa 34,3% da oferta da região, tendo a Região de Coimbra e de Aveiro logo de seguida, com 148 e 129 respetivamente. A Beira Baixa é a que tem números mais baixos, apenas contabilizando 29 empresas (Turismo Centro de Portugal, s/d).

Quanto às agências de viagens, o total é de 457 (incluindo sedes e delegações), mais 39 face a 2018. A Região de Coimbra destaca-se com 86 empresas seguindo-se do Oeste com 82, da Região de Aveiro com 80 e da Região de Leiria com 77. No que toca aos números mais reduzidos, a Beira Baixa destaca-se por apenas ter 9 empresas, seguido da Serra da Estrela com 32, Viseu Dão-Lafões com 38 e o Médio Tejo com 53 empresas (Turismo Centro de Portugal, s/d).

2.1. Principais atrações e produtos turísticos do Centro de Portugal

Face ao crescente número de turistas nacionais como estrangeiros a predominar nesta região, torna-se fulcral abordar as suas principais atrações e produtos turísticos que tornam esta região numa região autêntica. Alberga oito destinos repletos de histórias e memórias e abarca grandes potencialidades em termos de recursos e atrações turísticas (Figura 9), tornando este destino, cada vez mais, num forte candidato em termos de procura para a prática de turismo

nesta região, proporcionando experiências multifacetadas aos turistas. Eusébio (2006) salienta que,

fatores como a diversidade e a riqueza das atrações turísticas, a localização geográfica, as boas acessibilidades, nomeadamente na zona costeira, a hospitalidade dos residentes, os preços competitivos e o clima de segurança, são apenas algumas das razões que podem ser apontadas para evidenciar o elevado potencial que a região apresenta em termos turísticos (p.291).



Figura 9: Recursos culturais e naturais existentes na Região Centro

Fonte: Elaboração Própria com base Eusébio (2006, p.292)

Segundo o Turismo do Centro de Portugal (2019c), foi criado um roteiro temático, intitulado “*Road Trips* Centro de Portugal – 1 é bom, 2 é ótimo, 3 nunca é demais”, com uma duração de 36 dias onde é possível visitar o melhor de cada território presente na Região Centro, uma das regiões mais diversificadas de Portugal. Com base neste roteiro irá ser sintetizado as grandes potencialidades das várias regiões, consoantes os seus recursos.

Eusébio (2006) começa por destacar as praias presentes em todo o litoral da região, considerando que estas são a razão da grande afluência dos turistas durante a época balnear. As praias da Torreira, da Costa Nova, de Buarcos, de Mira, da Figueira da Foz, de São Pedro de Moel – uma das mais autênticas do litoral português - e a Pateira de Fermentelos, considerada uma das maiores lagoas naturais da Península Ibérica (Marques & Santos, 2012), são das que mais chamam à atenção. A Ria de Aveiro, ao abrigo do Decreto-Lei n.º 384-B/99 de 23 de

setembro, passou a fazer parte da Zonas de Proteção Especial (ZPE)⁴, no âmbito da Rede Natura 2000.

A cidade da Nazaré, na região do Oeste, contém, o que é considerada uma das melhores praias para a prática de *surf* a nível internacional, a Praia da Nazaré. Para além desta praia, existe também o arquipélago das Berlengas, considerado um forte atrativo turístico, a Lagoa de Óbidos e Baía de São Martinho do Porto são locais ideais para a prática de desportos náuticos.

No que toca a matas nacionais, Marques e Santos (2012) destacam a Mata Nacional do Choupal, em Coimbra; a Mata Nacional do Buçaco enquanto o roteiro anteriormente mencionado destaca a Mata Nacional de Leiria.

Já referente ao interior, Eusébio (2006) destaca as várias cadeias montanhosas que são um grande atrativo para quem visita a região, tal como a Serra do Caramulo, do Buçaco, da Malcata, o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, de Açor, da Lousã e Serra da Estrela. É nestas mesmas montanhas que se localizam várias áreas protegidas que funcionam como espaços privilegiados para o desenvolvimento do turismo natureza, evidenciando-se o Parque Natural da Serra da Estrela, um dos mais importantes polos de atração turística da região, principalmente durante o período de Inverno.

A Sul da região estão localizados o Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros e o Parque Natural do Tejo Internacional. Para além destes Parques, a Região Centro contém quatro Reservas Naturais: Serra da Malcata, Paul de Arzila, Paul do Boquilobo – considerada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como Reserva da Biosfera, onde alberga várias espécies de aves raras e contem a mais importante colónia de garças do território português e as Dunas de São Jacinto⁵; uma Área de Paisagem Protegida - Serra do Açor - e alguns Monumentos Naturais, como por exemplo o Monte de Santa Olaia e o Monte de São Bartolomeu (Eusébio, 2006). Na região da Beira Baixa, encontramos o *Geopark* Naturtejo da Meseta Meridional, considerado como Geoparques Mundiais da UNESCO.

As estâncias termais presentes neste território podem ser consideradas como pontos fulcrais de turistas que procuram experiências e únicas e ajudam ao escape da vida cidadina. Eusébio (2006) explana que existem cerca de 14 termas (45% da oferta nacional) que permitem

⁴ Segundo CCDR (2011), as ZPE são áreas de importância comunitária no território nacional onde são aplicadas medidas para a manutenção ou restabelecimento do estado de conservação das populações de aves selvagens e migratórias e dos seus *habitats*.

⁵ A Reserva Natural das Dunas de São Jacinto, que ao abrigo do Decreto-Lei n.º 41/79 de 6 de março, foi considerada uma área classificada de âmbito nacional - Rede Nacional de Áreas Protegidas, é um dos locais mais procurados por turistas que gostem e queiram disfrutar da natureza e de observar toda a diversidade de flora e fauna presentes nesta região.

a prática de um turismo de saúde. Destacam-se assim as termas das Caldas da Rainha, da Cúria, do Luso, de São Pedro do Sul – considerada pelo roteiro criado pelo Turismo Centro de Portugal (2019b), referente a Dão-Lafões, como a mais antiga estância termal romana e o maior complexo termal do país e as mais procuradas no país (Marques & Santos, 2012), de Vale de Mó, de Cró, de Longroiva, as Caldas de Manteigas e o primeiro *Mountain SPA* do país, o *Aquadome*, nas Termas de Unhais da Serra - um dos maiores spas da Europa.

A Região de Leiria destaca-se pelas grutas predominantes tais como as Grutas da Moeda em São Mamede, as Grutas de Santo António, as Grutas de Alvados e, uma das grutas mais conhecidas, as Grutas de Mira de Aire, como pontos fulcrais aquando da visita a esta região.

No que toca ao artesanato, Eusébio (2006) destaca as cerâmicas e a louça de barro preto de Molelos, as porcelanas da Vista Alegre, a louça pintada de Coimbra, os linhos, os artefactos serranos, os bordados de Castelo Branco e os artefactos em vidro da Marinha Grande.

Localizadas no interior de Portugal, na Região Centro, as aldeias históricas são uma das principais atrações turísticas do território em análise. Um dos projetos que tem desenvolvido um papel e um trabalho distinto e relevante no desenvolvimento turístico deste território, intitula-se por “Aldeias Históricas de Portugal”, onde estão inseridas aldeias como Linhares, Piódão, Almeida e Sortelha (Eusébio, 2006). Além disto, esta rede ainda procura salvaguardar o património arquitetónico e paisagístico da Região Centro, bem como as artes e ofícios tradicionais que prevalecem. A Região de Coimbra, nomeadamente a Serra da Lousã engloba aldeias de Aigra Nova; Aigra Velha; Candal; Casal Novo; Cerdeira; Chiqueiro; Comareira; Ferraria de São João; Gondramaz; Pena e a aldeia de Talasnal. A estas aldeias junta-se a Serra do Açor, que incorpora as Aldeia das Dez; Benfeita; Fajão e Vila Cova de Alva.

A região Oeste de Portugal destaca-se pela diversidade de Rotas, onde se inserem as Rota dos Castelos e Fortalezas, a Rota dos Moinhos, a Rota do Barroco, a Rota do Gótico, a Rota da Cerâmica, a Rota do Vinho e a Rota dos Mosteiros que abarca o Mosteiro de Alcobaça, considerado Património Mundial da UNESCO desde 1989.

Em termos de monumentos históricos, é importante destacar os castelos, igrejas, mosteiros e solares, que podem ser encontrados um pouco por toda a Região Centro. De relevar o Médio-Tejo, que contém o Convento de Tomar, classificado como Património Mundial da UNESCO desde 1983, albergando o Convento de Cristo e o Castelo de Almourol. Na região da Beira Baixa, Castelo Branco ganha destaque com um património histórico com visita obrigatória, à Sé de Castelo de Branco ou Igreja Matriz de São Miguel, reedificada no século XVII, mas reúne elementos arquitetónicos que remontam à Idade Média.

Coimbra e Batalha, segundo Eusébio (2006) são os polos onde estes recursos apresentam um maior índice de atratividade turística. Coimbra é mundialmente conhecida pela autêntica Universidade, sendo que, segundo a Comissão Nacional da UNESCO (s/d), foi considerada como Património Mundial da UNESCO em 2013 e obteve o ser alagamento, juntando a Alta e Sofia, em 2019. Contém uma riqueza história e cultura variada que acarreta anos de tradição, passando de geração e geração. Desde a Sé Velha, passado pela Sé nova, o Museu Nacional Machado de Castro, o Mosteiro de Santa Clara-a-Velha, o Jardim Botânico e à famosa Quinta das Lágrimas, que se tornam pontos de paragem obrigatória para quem se encontra a visitar Coimbra. A região de Leira, segundo a Comissão Nacional da UNESCO, foi considerada a Cidade Criativa da Música em 2019 e ainda contém o Mosteiro da Batalha, considerado como Património Mundial da UNESCO desde 1983, integrando um Centro de Interpretação da Batalha de Aljubarrota. Merece igualmente destaque, o sítio arqueológico romano mais importante de Portugal, Conímbriga (Eusébio, 2006).

A região de Aveiro, segundo o Turismo Centro de Portugal (2020) é reconhecida internacionalmente como a cidade museu da Arte Nova em Portugal, tendo o Museu da Arte Nova e o Museu da Cidade de Aveiro para os amados da arte. A região das Beiras e Serra da Estrela destaca-se também pela imensidão de museus que a constituem, atraindo o lado mais histórico e cultural da região com os Museus Histórico-Militar na Guarda, o Museu Judaico em Belmonte, o Museu dos Descobrimentos, o Lagar-Museu do Azeite, o Ecomuseu do Zêzere, o Museu do Queijo em Peraboa e o Museu dos Lanifícios na Covilhã a serem pontos de interesse bastante pertinentes. Em termos históricos a vila medieval de Belmonte é um dos pontos de interesse da Região. O Museu Marítimo de Ílhavo, localizado em Ílhavo, onde também é possível encontrar o complexo Vista Alegre, que integra o Museu Histórico da Vista Alegre, o Palácio, a Capela de Nossa Senhora da Penha de França, o Bairro da Vista Alegre e o teatro da Vista Alegre são pontos de importante visita uma vez que a Fábrica de Porcelana da Vista Alegre e todo o complexo que a rodeia são reconhecidos internacionalmente pela qualidade dos seus produtos.

Numa perspetiva mais religiosa, a região do Médio-Tejo consta com a cidade de Fátima, sendo um dos destinos mais procurados em Portugal para a prática de turismo religioso, é considerado um dos Santuários Marianos mais importantes do Mundo.

Neste território encontramos uma vasta riqueza gastronómica (Marques & Santos, 2012), que vão apelar ao palato dos turistas, desde a pratos principais como Caldeirada de Enguias, os Rojões à Lavrador, a Caldeirada de Peixe, a Vitela de Lafões, o Rancho à Moda de Viseu, o leitão da Bairrada, o Arroz de Lampreia, a Morcela de Arroz, a sopa do vidreiro, o Arroz

de Marisco, a Feijoada de Chocos, o Cabrito assado ou guisado, a Caldeirada de Borrego ou o Ensopado de Enguias.

Não obstante, as doçarias como Pão-de-ló de Ovar, os Ovos-Moles de Aveiro, Pastel de Vouzela, os Pastéis de Feijão, o Pastel de Tentúgal, o queijo da Serra da Estrela, a Brisa do Lis, os Bolos de Massa Lêveda, os pastéis de Lorvão e as Nevadas de Penacova (Eusébio, 2006; Marques & Santos, 2012) são alguns dos mais variados doces presentes na região.

A cultura vinícola, uma das tendências futuras, encontra-se intimamente ligada à Gastronomia. Este território é abrangido pelas áreas de Denominação de Origem Controlada da Bairrada, Dão e Lafões e pela sub-região das Terras de Sico (Marques & Santos, 2012). Os vinhos e licores da Beira Interior, o espumante da Mealhada (Marques & Santos, 2012) e o vinho Dão - a segunda região vitivinícola mais antiga do país perdendo o pódio contra o Douro – são elementos diferenciadores da Região Centro.

2.2. Impactos da COVID-19 no Turismo da Região Centro de Portugal

As medidas anteriormente descritas, juntamente com as duas quarentenas impostas pelo Presidente da República, impactaram fortemente o turismo do Centro de Portugal, tal como evidenciado no ponto 1.2 do Capítulo II.

Segundo o relatório estatístico, referente ao turismo de 2020, disponibilizado pelo INE (2021a), das 30.283,8 dormidas globais registadas no ano de 2020, o Centro contabilizou 14,2% das mesmas, sendo ultrapassado pelo Algarve que se manteve como principal destino, arrecadando 30,1%, seguindo da Área Metropolitana de Lisboa, com 20,3% e do Norte com 16%. A figura 10 destaca os impactos da pandemia em vários aspetos, no entanto, é importante referir que todos os dados apresentados são valores provisórios, pelo que, ao momento da leitura dos mesmos, os dados podem já não ser os valores reais. Os dados obtidos foram fornecidos pelo chefe do núcleo de Apoio ao Investidor do Turismo Centro de Portugal.

	JAN-DEZ 2020	Var		DEZ. 2020	Var	
Dormidas Nacionais	2 613 673	-34,93%	▼	127 106	-56,97%	▼
Dormidas Estrangeiros	768 083	-75,40%	▼	23 713	-80,10%	▼
Dormidas Totais	3 381 756	-52,60%	▼	150 819	-63,37%	▼
Total Hóspedes	1 903 679	-53,77%	▼	89 218	-65,87%	▼
Estada Média	1,78	0,05	▲	1,69	0,11	▲
Taxa de Ocupação - Cama	19,6	-13,20	▼	10,80	-12,40	▼
REV PAR (€) (rendimento médio por quarto disponível)	15,30 €	-38,59%		€ 8,60	-53,49%	▼
Proveitos Globais	165 916 763	-53,31%	▼	7 656 672	-67,87	▼

Figura 10: Dormidas entre janeiro e dezembro de 2020 no Centro de Portugal

Fonte: Dados fornecidos pelo Turismo Centro de Portugal com base no INE (dados preliminares)

Entre os meses de janeiro e dezembro de 2020 (Figura 10), a Região Centro arrecadou um total de 3,3 milhões de dormidas (-53% face a 2019), sendo que 2,6 milhões foram dormidas de nacionais, o que comparado com o período homólogo, denota-se uma queda de 35%. No que toca a dormidas estrangeiras, esta região obteve uma queda de -75% com apenas 768 mil dormidas durante 2020. Em total de hóspedes, o Centro, durante todo o ano de 2020 apenas contabilizou 1,9 milhões de hóspedes o que representa -54% face a 2019. No entanto, algo que merece destaque é a Estada Média que, dentro de todos os dados presentes na tabela, é a única que apresenta um aumento durante todo o ano, sendo este de 1,78 noites, mais 0,05 noites em comparação com o ano de 2019. Referente ao rendimento médio por quarto disponível, em 2020, foi de 15,30€, o que, comparado com o ano de 2019, houve uma queda de -38,59%. Em termos de proveitos globais denota-se, novamente, uma queda entre 2019 e 2020, com o Centro de Portugal a obter 165,9 milhões de euros, o que representa -53,31% em comparação com 2019.

Comparando o Centro de Portugal com as restantes regiões de Portugal, a figura 11 demonstra que, entre janeiro e dezembro de 2020, esta região registou uma diminuição nas dormidas de -52,60%, sendo a segunda com menores perdas de entre as áreas promocionais nacionais. No total, Portugal teve uma queda de -62,98% de dormidas nos períodos anteriormente referidos, sendo que a Área Metropolitana de Lisboa apresentou uma maior queda, com -71,51% de dormidas, seguindo-se dos Açores com -71,25%. A região que obteve uma menor queda foi o Alentejo, com -37,37% de dormidas entre janeiro e dezembro.

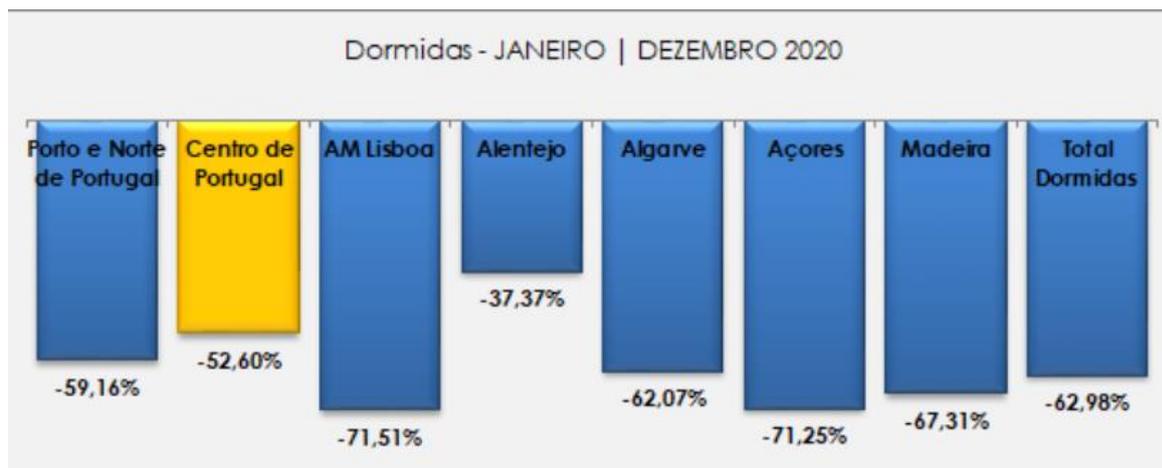


Figura 11: Dormidas entre janeiro e dezembro de 2020 em Portugal

Fonte: Dados fornecidos pelo Turismo Centro de Portugal com base no INE (dados preliminares)

Relativamente aos dados disponibilizados pelo INE sobre a performance turística no ano de 2021, cuja última informação disponível é referente ao mês de agosto, após um primeiro semestre com um cenário muito semelhante, no seu conjunto, ao do ano de 2020, nos meses de julho e agosto já é visível uma franca recuperação face ao ano anterior. Na figura 12, destaca-se que o Centro de Portugal obteve cerca de 2,6 milhões de dormidas entre janeiro e agosto de 2021, o que corresponde a um aumento de 12,4% comparando com período homólogo de 2020. Dentro do total de dormidas acima referido, é possível observar que as dormidas nacionais predominaram, com 2,0 milhões (+15,1% face a 2020) e em dormidas de não residentes registaram-se 549,6 mil (+ 3,3%). Mais uma vez, o mercado nacional é predominante em 2021 tal como sucedeu em 2020.

No que toca à Estada Média, esta região apresenta um aumento de 0,01 noites face a 2020, obtendo assim, em média 1,88 noites entre janeiro e agosto de 2021.

ESTIMATIVA RÁPIDA CENTRO DE PORTUGAL	JAN-AGO 2021	Var	AGOSTO 2021	Var
Dormidas Nacionais	2 044 870	15,12% ▲	688 650	10,40% ▲
Dormidas Estrangeiros	549 684	3,32% ▲	224 613	54,07% ▲
Dormidas Totais	2 594 554	12,40% ▲	913 263	18,69% ▲
Total Hóspedes	1 381 458	6,98% ▲	448 008	14,29% ▲
Estada Média	1,88	0,01 ▲	2,04	0,08% ▲

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística
Última actualização em 30/09/2021 - dados preliminares

Figura 12: Dormidas entre janeiro e agosto de 2021 no Centro de Portugal

Fonte: Dados fornecidos pelo Turismo Centro de Portugal com base no INE (dados preliminares)

Numa análise mais detalhada relativamente às dormidas por NUT's II, a figura 13 apresentada, destaca que, num total, Portugal já recuperou de forma consolidada relativamente ao ano de 2020 (crescimento de 11,79%), ainda que continue aquém dos valores registados em 2019. Já o Centro, com um crescimento de 12,4% face a 2020, está a crescer acima da média nacional. Destacam-se ainda duas áreas promocionais: os Açores, com a maior subida relativamente ao ano transato (+95,15%); e a Área Metropolitana de Lisboa, que é a única região que ainda perde em comparação com os valores registados em 2020.

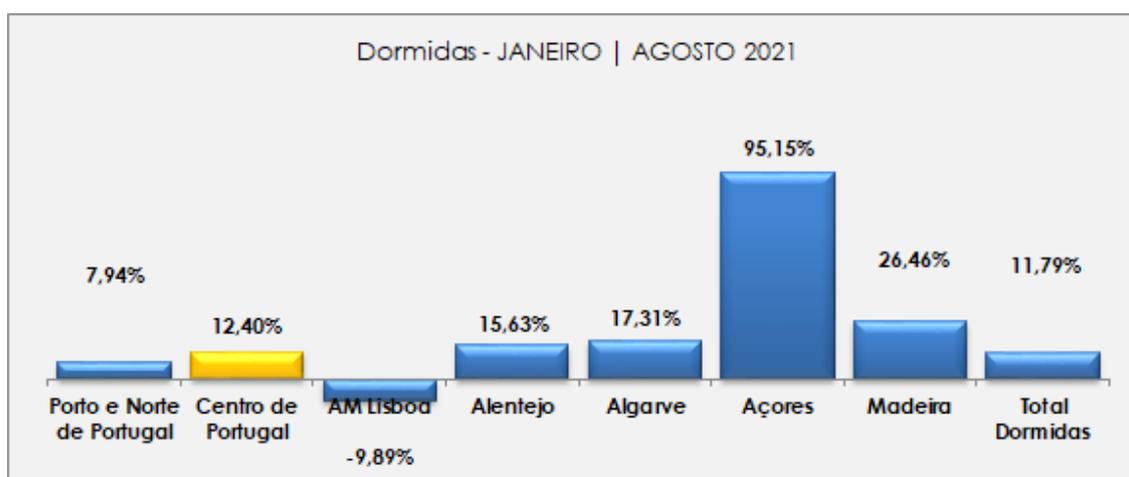


Figura 13: Dormidas entre janeiro e agosto de 2021

Fonte: Dados fornecidos pelo Turismo Centro de Portugal com base no INE (dados preliminares)

Considerando os dados disponibilizados pelo INE até julho de 2021 (provisórios e preliminares), com detalhe por NUT III, na região Centro, é possível apercebermo-nos que no final de julho a maioria das regiões já ultrapassavam a performance obtida em 2020 para o período homólogo, sendo as exceções a região do Médio Tejo e, por valores marginais, a região Beiras e Serra da Estrela.

Um sinal extremamente relevante que a figura 14, abaixo representada, permite assinalar é que pela primeira vez desde que o contexto pandémico se instalou, no mês de julho de 2021, duas regiões do Centro de Portugal (Beira Baixa e Beiras e Serra da Estrela) apresentaram um número superior de dormidas num mês em comparação com o mês homólogo de 2019, pré-pandemia. Considerando os valores das dormidas na região Centro referentes a agosto de 2021 (0,9 milhões de dormidas, face a 1,0 milhão de dormidas em agosto de 2019), é expectável que tal se tenha verificado igualmente noutras regiões.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	JAN-JUL
Beira Baixa 2019	8 286	8 543	10 995	15 730	15 041	17 498	17 361	93 454
Beira Baixa 2020	8 845	11 193	5 262	897	1 789	8 649	14 248	50 883
Beira Baixa 2021	4 055	3 980	4 369	6 071	11 312	16 242	17 736	63 765
Região de Aveiro 2019	34 606	35 525	49 615	66 509	68 419	76 501	92 112	423 287
Região de Aveiro 2020	38 857	47 284	16 744	3 057	6 031	19 172	47 787	178 932
Região de Aveiro 2021	12 068	9 256	11 249	17 852	37 625	53 755	61 735	203 540
Região de Coimbra 2019	67 882	74 683	103 937	127 624	142 353	145 867	167 223	829 569
Região de Coimbra 2020	77 716	90 501	34 383	4 137	9 752	36 896	89 283	342 668
Região de Coimbra 2021	21 130	16 259	26 645	32 452	62 110	90 498	115 420	364 514
Oeste 2019	41 859	49 500	76 277	105 661	115 573	141 168	179 172	709 210
Oeste 2020	50 590	67 397	25 937	1 870	4 408	30 695	88 453	269 350
Oeste 2021	12 074	8 625	12 026	22 236	53 582	84 236	117 670	310 449
Região de Leiria 2019	26 341	29 646	26 993	39 529	48 219	50 021	61 499	282 248
Região de Leiria 2020	21 100	32 279	10 470	2 093	4 365	15 297	30 047	115 651
Região de Leiria 2021	9 874	7 832	10 969	13 852	22 654	31 455	44 913	141 549
Viseu Dão-Lafões 2019	22 049	25 542	39 069	44 498	45 340	50 525	54 718	281 741
Viseu Dão-Lafões 2020	26 018	33 823	12 518	761	3 831	13 735	29 369	120 055
Viseu Dão-Lafões 2021	7 314	5 915	7 583	10 699	24 046	34 049	40 011	129 617
Médio Tejo 2019	43 527	44 781	78 641	115 797	149 129	135 299	135 131	702 305
Médio Tejo 2020	49 608	64 165	26 699	4 125	5 293	23 424	39 842	213 156
Médio Tejo 2021	9 065	7 005	9 383	17 845	45 391	56 735	64 415	209 839
Beira e Serra da Estrela 2019	53 443	59 550	62 669	75 212	58 660	67 017	70 803	447 354
Beira e Serra da Estrela 2020	61 231	71 126	26 341	3 077	6 102	26 364	53 933	248 174
Beira e Serra da Estrela 2021	22 311	8 294	11 055	23 499	47 247	63 244	72 374	248 024

Figura 14: Dormidas entre janeiro e julho de 2021 por CIM

Fonte: Dados fornecidos pelo Turismo Centro de Portugal com base no INE (dados preliminares)

Perante estes dados, é possível dar ênfase ao que anteriormente foi referido pela OMT, no sentido em que o turismo doméstico é, e irá ser um grande impulsionador da economia de cada país. É o turismo que mais rapidamente se esta reacender em comparação com o turismo internacional. No que toca aos mercados, denota-se uma grande queda dos variados mercados mais frisantes no Centro de Portugal. Devido às restrições impostas pelos vários governos, as consequências foram catastróficas para o setor do turismo, obtendo quedas inigualáveis aquando comparado com os outros anos. Ainda não há certezas de quando a indústria do turismo irá recuperar da queda em que se encontra, mas é necessário continuar a transmitir segurança aos turistas, mostrando o que de melhor cada país tem, e valorizando os seus elementos diferenciadores. Para tal é necessário promover o país de uma maneira autêntica e

confiante e é nesse sentido que o Turismo de Portugal e o Turismo Centro de Portugal tentam demonstrar no seu marketing, tal como irá ser abordado de seguida.

3. Previsões e projeções do Turismo da Região Centro Pós-COVID-19

Tal como foi explanado no Capítulo II, o setor do turismo, perante a COVID-19, irá sofrer grandes alterações e Portugal, nomeadamente, o Centro, não irá ser exceção.

Apesar de não haver grandes previsões relativamente ao turismo no Centro de Portugal, segundo o *lature* (2021), numa entrevista realizada a Pedro Machado, Presidente da Entidade Regional Turismo Centro de Portugal, espera que 2021 seja um ano bem melhor que 2020. Destaca também que as pessoas, de uma forma geral, irão começar a ser mais cautelosos no que diz respeito às medidas sanitárias e espera que os meses de verão de 2021, nomeadamente julho, agosto e setembro sejam meses de elevada atividade aquando comparado com os números de 2020. Ainda segundo Pedro Machado, destaca que o mercado espanhol se encontra preparado para retomar a atividade turística, logo irá haver uma incontornável aposta nos mercados nacional e espanhol.

Algo que também é destacado pelo presidente é que houve um ressurgimento e uma valorização de produtos turísticos que não estavam na primeira linha da procura turística de Portugal, como o ecoturismo, o enoturismo, turismo de natureza e turismo ao ar livre. A escolha destes produtos turísticos em muito se deve ao facto de induzirem uma perceção de segurança mais elevada, uma vez que as pessoas, neste momento, querem evitar grandes aglomerados. Uma tendência que Pedro Machado destaca é o facto de as alterações de motivação dos consumidores ter sido alterada, escolhendo agora férias em espaço rural ou em praias fluviais, invés de férias no estrangeiro ou em praias. Uma terceira tendência que é destacado e que o Presidente acredita que se irá manter em 2021, será um maior alinhamento destes produtos com uma nova geração de consumidores, mais despertos para as questões da sustentabilidade, e menos alinhados com os produtos clássicos que nós vínhamos a oferecer, sobretudo no mercado internacional, que é o Portugal mediterrâneo, com praias e *golf*.

4. Divulgação de Portugal como um destino turístico de eleição durante a pandemia por parte das entidades do Turismo de Portugal e Turismo Centro de Portugal

O turismo interno teve e terá um grande impacto no gradual levantamento do turismo. À medida que as restrições das viagens começam a diminuir globalmente, destinos de todo o mundo focam-se agora no crescimento do seu turismo nacional. Após o forte impacto que esta

pandemia se encontra a ter em praticamente todos os setores, muitas devem ser as estratégias de valorização do território a fim de atrair visitantes (Paiva, 2019).

De acordo com a UNWTO (2020c), com o turismo interno a recuperar mais rapidamente do que o turismo internacional, presencia-se uma oportunidade de os destinos turísticos trabalharem em iniciativas para impulsionar o turismo interno e, por consequente, recuperar os impactos sociais e económicos causados pela pandemia.

Sendo Portugal um destino turístico de eleição, mesmo antes de toda a pandemia dominar o mundo, tornou-se necessário demonstrar o país de uma forma mais carismática. Paiva (2019) refere que os destinos devem adotar planos para minimizar a magnitude dos impactos para que, posteriormente, estes não sejam percebidos como inseguros por parte de quem os visita, uma vez que esta imagem de insegurança pode ser uma reversão bastante longa e complexa. Neste sentido, a autora, destaca que “(...) iniciativas, relacionadas com a natureza da comunicação adotada após o desastre e com iniciativas estratégicas de promoção do destino, são igualmente importantes para moldar as perceções dos turistas e, portanto, os seus comportamentos” (Paiva, 2019, p. 56).

Devido à COVID-10, Portugal viu-se com as suas fronteiras encerradas, o que acabou por se traduzir num país sem turistas. Uma das iniciativas criadas para impulsionar o turismo interno num cenário pós COVID-19, através do Turismo de Portugal, foi através da criação uma campanha promocional em 2020, intitulada “*Can’t Skip Hope*”. Esta campanha, filmado numa era pré COVID-19, apela, não só à sociedade portuguesa, mas a todos os cidadãos para se manterem em casa e respeitarem as regras que lhe são impostas. Em simultâneo, este vídeo destaca características intrínsecas a Portugal, nomeadamente as paisagens que o caracterizam, invocando o visitante, para que num futuro próximo, regresse a Portugal e continue a fazer do país o principal destino turístico do mundo. Este vídeo pode aludir ao vídeo “*Vá para fora cá dentro*” (1993 -1997) que tinha como objetivo incentivar o povo português a deslocar-se dentro do seu próprio território a fim de o conhecer e, consequentemente, impulsionar o crescimento do turismo interno (Santos, 2018).

O Turismo Centro de Portugal, em março de 2020, lançou uma campanha promocional, intitulada “*Haverá Tempo*”, apelando aos portugueses a ficarem em casa e a fazerem uma pausa da vida frenética que se encontravam imersos. Esta campanha faz uma alusão a um cenário pós COVID-19, onde seria possível sair de casa e voltar à vida quotidiana, fazendo viagens e descobrindo o que o Centro de Portugal tem para oferecer quando a COVID-19 fosse debelada. Aqui denota-se a necessidade de transmitir uma mensagem de segurança e positividade para quem quer voltar a viajar, tanto em Portugal como no estrangeiro.

Em maio de 2020, após dois meses de isolamento obrigatório que obrigou todo o mundo a parar, o Turismo de Centro de Portugal voltou a lançar uma campanha promocional, denominada por “*Chegou o tempo*”, preparando-se agora para a retoma gradual do turismo em Portugal, apelando aos seus visitantes que chegou a hora de usufruir de todas as experiências que tinham anteriormente sido privadas de se realizarem, e de as usufruir de uma maneira única e autêntica, tal como se fosse a primeira vez.

Capítulo V - Metodologia

O capítulo seguinte irá retratar a metodologia e todo o processo utilizado nesta dissertação, com o intuito de compreender as mudanças de comportamento dos consumidores que pretendem viajar para o Centro de Portugal nos próximos anos.

1. Questões de Investigação e Formulação de Hipóteses

A presente investigação tem como propósito e como pergunta principal **“Perceber quais os impactos da COVID-19 no comportamento de viagens dos turistas do Centro de Portugal num contexto pandémico”**. Todavia, além de se pretender obter a resposta a esta pergunta, torna-se necessário obter resposta a outras questões, entre elas:

P₁: Quais os impactos da COVID-19 no setor do turismo de Portugal e no Centro de Portugal?

P₂: Quais as principais conclusões obtidas nos vários estudos publicados até à data sobre o impacto da COVID-19 na atividade turística?

P₃: Quais são as diferenças que esta pandemia irá impor nas mudanças de comportamento relativamente aos hábitos de viagens dos turistas, tendo em consideração um pré e um pós pandemia?

P₄: Perante a COVID-19, quais as repercussões nos diversos elementos da viagem (transporte, alojamento e planeamento).

P₅: Quais as atividades turísticas que os turistas estão dispostos a realizar na presença da COVID-19?

P₆: Quais as medidas/restrições que irão assumir e aceitar para se sentirem mais seguros em relação à pandemia?

P₇: Existe uma perceção de medo em viajar dentro e fora do país de residência?

Foram também propostas algumas hipóteses, sendo que este é um passo mais adiantado em relação à questão de investigação e que será posteriormente testada. Assim sendo, as hipóteses a serem testadas neste estudo serão:

Hipóteses sobre o grau de utilização/preferência do alojamento:

- H₁: Num cenário pré-pandemia, o hotel era mais frequentado do que num contexto durante pandemia.
- H₂: Num cenário pré-pandemia, o alojamento local era mais frequentado do que num contexto durante pandemia

- H₃: Num cenário pré-pandemia, o Hostel era mais frequentado do que num contexto durante pandemia.
- H₄: Num cenário pré-pandemia, o Turismo em Espaço Rural era mais frequentado do que num contexto durante pandemia.
- H₅: Num cenário pré-pandemia, o parque de campismo era mais frequentado do que num contexto durante pandemia.
- H₆: Num cenário pré-pandemia, a casa de amigos/familiares era mais frequentada do que num contexto durante pandemia.
- H₇: Num cenário pré-pandemia, a casa própria era mais frequentada do que num contexto durante pandemia.

Hipóteses sobre a forma de compra/planeamento das viagens

- H₈: Com a pandemia os consumidores recorreram mais ao operador/agência de viagens comparativamente com um contexto pré-pandemia.
- H₉: Com a pandemia os consumidores recorreram mais à reserva/compra feita pelo próprio *online* comparativamente com um contexto pré-pandemia.
- H₁₀: Com a pandemia os consumidores recorram mais à reserva/compra pelo próprio no destino comparativamente com um contexto pré-pandemia.
- H₁₁: Com a pandemia os consumidores não precisaram de fazer reservas/compra comparativamente com um contexto pré-pandemia.

Hipóteses sobre o grau de utilização/preferência dos transportes

- H₁₂: Num cenário pré-pandemia o carro próprio era mais utilizado do que num contexto pandémico.
- H₁₃: Num cenário pré-pandemia o carro alugado era mais utilizado do que num contexto pandémico.
- H₁₄: Num cenário pré-pandemia a caravana era mais utilizada do que num contexto pandémico.
- H₁₅: Num cenário pré-pandemia o comboio era mais utilizado do que num contexto pandémico.
- H₁₆: Num cenário pré-pandemia o avião era mais utilizado do que num contexto pandémico.
- H₁₇: Num cenário pré-pandemia o circuito com vários meios de transporte era mais utilizado do que num contexto pandémico.

Hipóteses sobre a sensação de segurança para praticar várias atividades turísticas

- H₁₈: Frequentar parques de diversões ou parques temáticos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₁₉: Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₀: Visitar galerias de arte, museus, monumentos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₁: Ir a praias oceânicas era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₂: Ir a praias fluviais (rios, lagos...) era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₃: Assistir a concertos, festivais, espetáculos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₄: Visitar centros urbanos ou centros históricos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₅: Jantar em restaurantes era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₆: Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₇: Frequentar casinos e casas de jogo era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₈: Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₂₉: Fazer sightseeing e visitas organizadas era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₃₀: Assistir a eventos desportivos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₃₁: Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...) era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.
- H₃₂: Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos era mais seguro num contexto pré pandemia do que durante a pandemia.

Hipóteses sobre as perceções de segurança quando viaja

- H₃₃: Viajar neste momento, no estrangeiro, é mais arriscado do que no próprio país.
- H₃₄: Sinto-me mais confortável em viajar, neste momento, no próprio país do que no estrangeiro.
- H₃₅: Fazer viagens de férias no próprio país é mais seguro do que no estrangeiro.
- H₃₆: Viagens de negócios/trabalho no estrangeiro são mais seguras do que em território nacional.
- H₃₇: Viajar para visitar amigos e familiares dentro do próprio país é mais seguro do que no estrangeiro.
- H₃₈: Viajar com a minha família dentro do próprio país é mais seguro do que no estrangeiro.
- H₃₉: Sinto-me mais nervoso(a) em viajar, neste momento, no estrangeiro do que no próprio país.
- H₄₀: As medidas de segurança adicionais nos aeroportos nacionais tornaram as viagens mais seguras do que as medidas de segurança adicionais nos aeroportos estrangeiros.
- H₄₁: A segurança, para os consumidores, é o atributo mais importante dentro do próprio país do que no estrangeiro.
- H₄₂: A segurança é mais importante quando viajo para o estrangeiro do que no próprio país.
- H₄₃: A COVID-19 reduziu mais os meus planos de viagem nos próximos anos em território nacional do que no estrangeiro.
- H₄₄: Depois da COVID-19, os consumidores irão evitar fazer viagens para grandes cidades no estrangeiro do que no próprio país.
- H₄₅: Depois da COVID-19 a perceção de higiene irá mudar mais relativamente ao estrangeiro do que no próprio país.
- H₄₆: Depois da COVID-19, os consumidores estão muito mais alerta em relação à higiene em locais público no estrangeiro do que no próprio país.

2. Recolha de informação

De modo a recolher informação que permitisse fazer uma análise conclusiva acerca do impacto da COVID-19 no setor turístico de Portugal e Região Centro, assim como a mudança no comportamento dos consumidores, foi feita a recolha de dados secundários e primários.

A elaboração da componente teórica iniciou-se pela recolha de dados secundários com base em investigações científicas para a elaboração da revisão de literatura, sendo as fontes compostas pelo conjunto de estudos efetuados nas áreas científicas na sua maioria provenientes de Jornais Científicos Internacionais na área do turismo, das pandemias e dos impactos da pandemia no turismo e nos consumidores. Esta primeira parte consistiu no levantamento de vários conceitos e aspetos fulcrais para um melhor entendimento dos vários tópicos desta investigação. Posteriormente, e de modo a responder à pergunta inicial, tomou-se necessário fazer um estudo empírico com recolha de dados primários, através de inquéritos por questionário (Teixeira, 2020).

3. Importância de um inquérito por questionário como metodologia de investigação

Existem inúmeras técnicas de investigação consideradas como “conjuntos de procedimentos bem definidos e transmissíveis, destinados a produzir certos resultados na recolha e tratamento da informação requerida pela atividade de pesquisa” (Almeida & Pinto, 1975, p. 380). Um dos métodos mais utilizados para a recolha de informações primárias, nomeadamente, no turismo é o inquérito que se encontra intimamente ligado com o questionário (Eusébio, Kastenholtz & Carneiro; 2003; Almeida & Pinto, 1975; Dias, 1994).

Para Quivy e Campenhoudt (1998) um questionário,

consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente, representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas ou sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores (Quivy & Campenhoudt, 1998, p.188).

Em concordância, Mendes, Fernandes e Correia (s/d), vão ao encontro do que Quivy e Campenhoudt (1998), destacando, assim, que o inquérito por questionário consegue avaliar: preferências, factos, atitudes, satisfação, opiniões e valores. Esteves (2002), destaca, que o questionário assume uma grande importância, sendo considerado como um elemento base da recolha de dados da investigação prática. Malhotra (2006) ainda ressalva que um questionário é o principal meio de recolha de dados primários quantitativos, permitindo “recolher informação que não existe, que é escassa ou que simplesmente o investigador não consegue observar diretamente” (Marques, 2020, p.50).

No que concerne ao formato das questões, Barbosa (2012) destaca que é primordial existirem três princípios fundamentais que devem compor um:

1. **Princípio da Clareza**, obtendo perguntas claras, concisas e unívocas;
2. **Princípio da Coerência**, que deve corresponder à intenção da própria pergunta;
3. **Princípio da Neutralidade** onde se pretende libertar o inquirido de algum juízo de valor ou de algum preconceito do próprio autor, sem nunca lhe aliciar uma determinada resposta.

O questionário foi feito essencialmente a partir de escalas previamente testadas na literatura com perguntas fechadas, na medida em que são mais simples de analisar estatisticamente (Hill & Hill, 1998). Por outro lado, as questões de carácter fechado facilitam o tratamento da informação e uma maior adesão de inquiridos, o que permite maior fiabilidade de resultados (Esteves, 2002).

As questões fechadas foram maioritariamente medidas por escalas de *Likert* de 5 pontos que “consiste num modelo de resposta psicométrica, no qual o inquirido deve seleccionar uma das opções apresentadas” (Côrte-Real, 2013, p. 75).

4. Desenvolvimento do questionário e Processo de Amostragem

No sentido de se obter uma melhor compreensão da realidade do impacto da COVID-19 no sector turístico e possíveis mudanças no comportamento dos turistas, foi criado um questionário (Apêndice I), intitulado “Impactos da COVID-19 nos comportamentos de viagens dos turistas do Centro de Portugal antes e durante a pandemia”.

Este questionário foi realizado de uma forma simples e sintética, com uma linguagem clara, precisa e com perguntas de carácter fechado e aberto. Primeiramente, foi realizado em português e enviado, como um pré-teste, ao Dr. Gonçalo Gomes, Chefe do Núcleo do apoio ao Investidor do Turismo do Centro de Portugal, para corrigir e melhorar qualquer lacuna presente no questionário. Após o seu consentimento sobre o mesmo, o questionário foi traduzido para espanhol, inglês e francês (*back translation*) de modo a albergar mais turistas uma que vez, inicialmente, o objetivo seria inquirir hóspedes que se encontrassem alojados nos alojamentos turísticos da Região Centro de Portugal. Estas traduções foram realizadas por estudantes e docentes voluntários do curso de Línguas Modernas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

É importante referir que o universo do estudo abrangia qualquer indivíduo que tivesse viajado na região Centro de Portugal nos últimos 3 anos, com mais de 18 anos. A técnica de

amostragem utilizada foi a não-probabilística, especificamente amostra por conveniência, com recurso à plataforma *GoogleForms* e divulgado nas redes sociais para simplificar o acesso dos inquiridos. Todo o processo de recolha foi desenvolvido durante a pandemia COVID-19, coincidindo com a segunda quarentena imposta pelo Governo (de janeiro a abril de 2021), por isso optou-se pelo questionário não presencial nas redes sociais, devido às medidas de segurança impostas pelo Governo.

O período de recolha de dados através do inquérito decorreu desde o dia 12/11/2020 a 16/05/2021 tendo sido recolhidos 320 questionários *online*, todos válidos para o estudo. Relativamente ao tratamento estatístico, as respostas adquiridas foram alvo de tratamento estatístico, através do software SPSS (*Statistic Program for Social Sciences*), nomeadamente o Teste do Sinal.

5. Testes não paramétricos – Teste do Sinal

Para o tratamento estatístico dos dados foram utilizadas tabelas de frequência disponibilizadas pelo SPSS para obter a percentagem de cada variável e os testes não paramétricos. Pocinho (2016) destaca que estes testes são procedimentos extremamente simples e ajudam na testagem de hipóteses anteriormente pré-estabelecidas sendo, então, maioritariamente usados quando não as condições necessárias para aplicar os testes paramétricos se encontram reunidas.

Apesar de existirem vários testes não paramétricos para a abordagem desta investigação irá ser utilizado o Teste do Sinal. Regra (2010, p.72) refere que “o teste dos sinais é um teste não paramétrico utilizado na comparação de duas amostras emparelhadas dependentes ou que, de algum modo, se encontram relacionadas”, tendo Fernandes (2015) a realçar que este teste também pode ser aplicado a uma amostra. Regra (2010) ainda destaca que,

este teste apresenta uma desvantagem relativamente a outros. Atende apenas aos sinais das diferenças, ignorando a amplitude das mesmas. Este teste é, no fundo, uma alternativa ao teste paramétrico para comparação das médias, quando não se verificam as condições necessárias para aplicação do teste paramétrico em causa (Regra, 2010, p.72).

Para Nascimento, Cunha, Lopes, Monteiro, Pereira, Alves e Bento (2005, p.117) “as diferenças entre as duas variáveis para todos os casos são calculadas e classificadas como positivos, negativos ou empate. Se duas variáveis forem similarmente distribuídas, as diferenças positivas e negativas não são estatisticamente significativas.”

Não obstante, Marshall (2014) explana que, ao se realizar este teste, os empates são ignorados, uma vez que produzem uma diferença de zero. Para o questionário em questão, só se irá ter em consideração as diferenças positivas ou negativas. Uma vez que conduzimos um teste unilateral, foi necessário dividir o valor-p por dois (Shier, 2004). Este valor-p, segundo Field (2009, p. xvii) é “o valor de uma probabilidade, o valor-p ou a significância de um teste são normalmente representados por p”. Por norma, os valores mais frequentes para o nível de significância são $p = 0.05$ (5%) e $p = 0.01$ (1%).

6. Estrutura e objetivos do questionário

O questionário tem como objetivo analisar os impactos da COVID-19 nos comportamentos de viagens dos turistas do Centro de Portugal antes e durante a pandemia. Neste sentido, pretende-se analisar as várias mudanças que os turistas acolheram face a este contexto pandémico. De modo a responder à questão presente que levou ao desenvolvimento desta dissertação: **Quais os impactos da COVID-19 no comportamento de viagens dos turistas do Centro de Portugal num contexto pandémico**, foi necessário criar um inquérito por questionário que se encontra dividido em quatro partes:

A Parte I, intitulada por “Características das viagens pré-COVID-19”, é considerada a questão de exclusão. Isto é, a pergunta “Que cidades/destinos visitou no Centro de Portugal nos últimos 3 anos?” implícita logo que o inquirido teve que, necessariamente, viajar para o Centro de Portugal nos últimos 3 anos. É a partir desta pergunta que o público-alvo é definido. A mesma tem como principal objetivo perceber e identificar os vários comportamentos de viagens dos turistas num contexto pré-pandemia. Neste sentido, a primeira pergunta destaca as 100 cidades presentes no Centro de Portugal, disponíveis no Decreto-Lei n.º 244/2002, de 5 de novembro, com a intenção de perceber que tipo de destino o turista preferia, sendo utilizada a forma de escolha múltipla para proporcionar ao inquirido uma maior variedade de respostas. A pergunta 2 pretende entender o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de alojamento em contexto de férias/lazer antes da pandemia. Esta pergunta é constituída por 7 itens, em que cada item é avaliado numa escala de *Likert* (1=Raramente; 5= Sempre). A pergunta 3 pretende obter a forma de compra/planeamento preferidos para a suas viagens antes da pandemia e é constituído por 4 itens, avaliados numa escala de *Likert* (1=Raramente; 5= Sempre). A pergunta 4 pretende analisar o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de transporte em viagens/férias antes da pandemia, composto por 7 itens, avaliados numa escala de *Likert* (1=Raramente; 5= Sempre). A pergunta 5, constituída por 15 itens, pretende perceber a sensação de segurança para praticar as seguintes atividades turísticas antes da pandemia. Esta

pergunta foi adaptada de Seabra et al. (2021), e cada item é medido através de uma escala de *Likert* de 5 pontos (1=Muito inseguro; 5=Muito seguro).

A Parte II, intitulada por “Características das viagens durante e pós-COVID-19”, pretende identificar os comportamentos dos turistas relativamente às viagens durante e após a pandemia COVID-19. Nesta parte as perguntas presentes são exatamente as mesmas que se encontram na Parte I. O objetivo destas partes foca-se, posteriormente na análise dos resultados, em perceber os comportamentos que os turistas tinham num contexto pré-pandemia e compará-los num contexto durante e após pandemia.

A Parte III, designada por “Medidas de higiene e segurança”, refere-se às medidas de higiene e segurança implementadas que os turistas estavam de acordo para minimizar o contágio da COVID-19, pretendendo, assim, perceber que medidas os turistas estão dispostos a adotar. A pergunta 1 baseia-se em perceber o grau de concordância com as várias medidas de segurança impostas no contexto da atual pandemia, podendo posteriormente, obter mais medidas de segurança escritas pelos inquiridos numa pergunta de resposta aberta. Esta pergunta contém 23 itens, tendo sido criada uma escala exploratória pelo facto de não haver nenhuma escala de base. Todavia, esta escala foi discutida por experts do turismo que ajudaram a construí-la. Para medir estes itens, foi utilizado uma escala de *Likert* de 5 pontos (1=Discordo totalmente; 5=Concordo completamente). A pergunta 2 corresponde a uma pergunta aberta, onde se pretendia obter outras medidas de higiene e segurança não mencionadas anteriormente e que o inquirido achasse relevante no contexto da atual pandemia.

As perguntas 3 e 4, contêm 14 itens cada, e procuram medir a percepção de segurança dos turistas quando os mesmos planeiam viagens internacionais ou domésticas, tendo sido adaptadas escalas de Wong & Yeh (2009); Nazeen et al. (2020), Seabra et al. (2021a). Para medir esses mesmos itens, foi utilizado uma escala de *Likert* de 5 pontos (1=Discordo totalmente; 5=Concordo completamente).

A última parte, dominada por “Informação sociodemográfica”, concerne aos dados sociodemográficos dos indivíduos inquiridos. Neste setor, as perguntas são de carácter aberto e de escolha múltipla para dar mais liberdade ao inquirido, porém, tal como mencionado anteriormente, as respostas acabam por ser menos fidedignas. Assim, é avaliado o género, com quatro itens, o ano de nascimento como resposta aberta, o nível de escolaridade, com quatro itens, a ocupação profissional, constituído por nove itens, o país de residência e o a região/província de residência, ambas de resposta aberta.

Capítulo VI – Descrição dos Resultados

Após a apresentação da metodologia, realizada no capítulo anterior (Capítulo V), apresentar-se-ão os resultados obtidos através do questionário intitulado por “Impactos da COVID-19 nos comportamentos de viagens dos turistas do Centro de Portugal antes e durante a pandemia”. Assim, irá ser abordada a descrição dos resultados, iniciando-se com a caracterização da amostra.

1. Perfil da Amostra

A amostra é constituída por 320 inquiridos, sendo a nacionalidade portuguesa predominante, com 98,4% respostas. Quanto ao género, do total de inquiridos, o predominante é o feminino com 75% (240), seguindo-se do género masculino com 24,1% (77), 0,3% (1) preferiu não indicar e 0,6% (2) responderam outro (Figura 15).

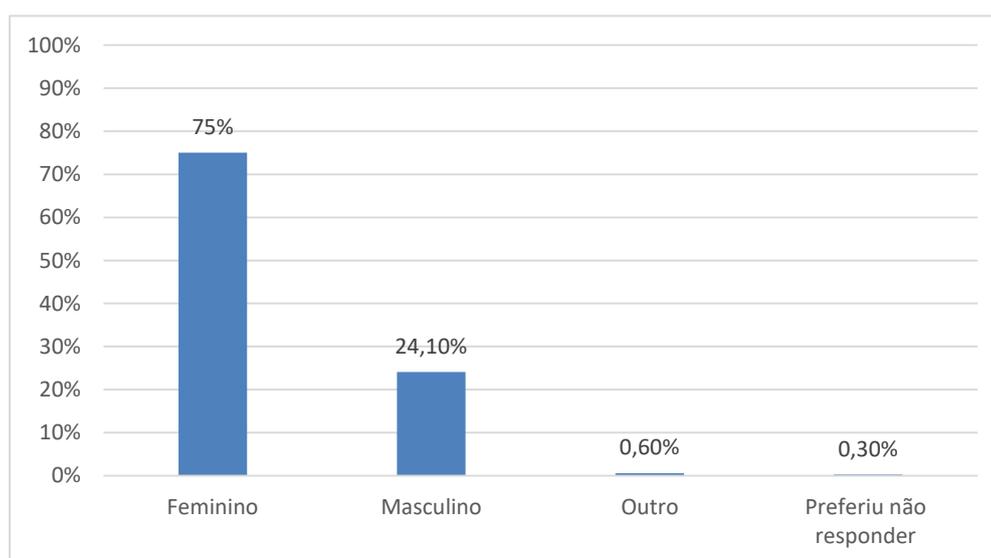


Figura 15: Género dos Inquiridos

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

As regiões de residência que mais se destacam neste estudo é o Centro de Portugal, com 58,8% respostas, o Norte com 21,6% respostas, a Área Metropolitana de Lisboa com 11,3% respostas, o Alentejo com 2,5%, Açores com 1,9%, a Madeira com 1,3% e, por último, o Algarve com 0,9%. As restantes nacionalidades dividem-se entre Angola (Moçambique) com 0,6%, República Checa (Praga) com 0,6%, Espanha (Galiza) com 0,3% e Formentera com 0,3% (Figura 16).

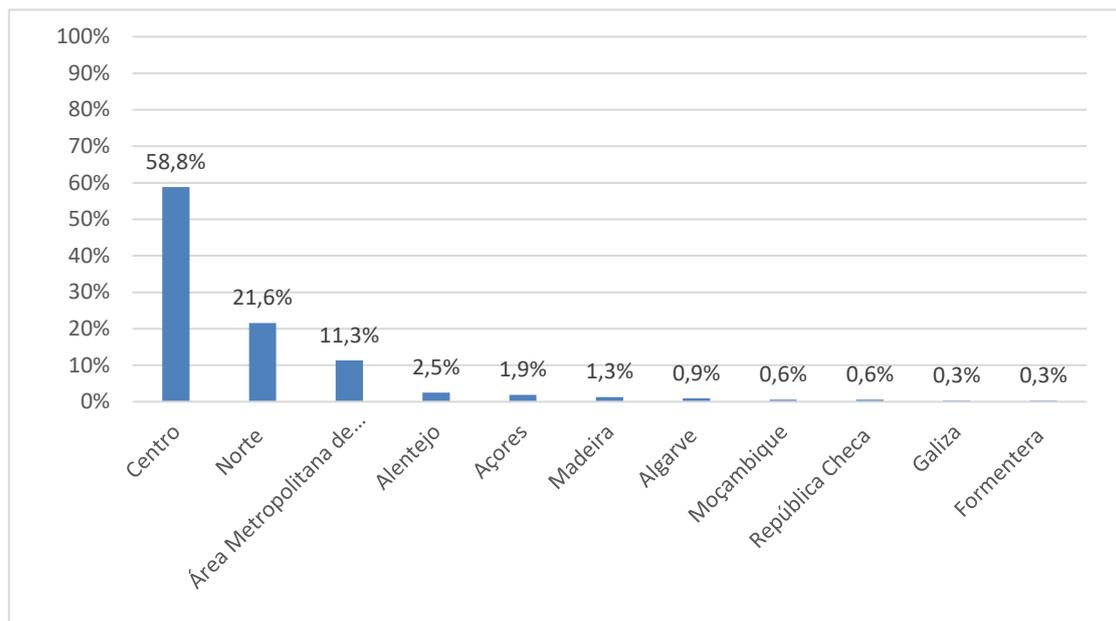


Figura 16: Região/província de residência

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

A faixa etária predominante situa-se entre o intervalo de 1990 - 1999, com cerca de 39,7% inquiridos, seguindo-se do intervalo de 2000 – 2009 com 27,8% inquiridos, 13,1% na faixa etária entre 1970 - 1979, 8,4% entre os 1980 - 1989, 6,9% entre 1960 - 1969, 3,8% entre 1950 - 1959 e 0,3% entre 1940 – 1949 (Figura 17).

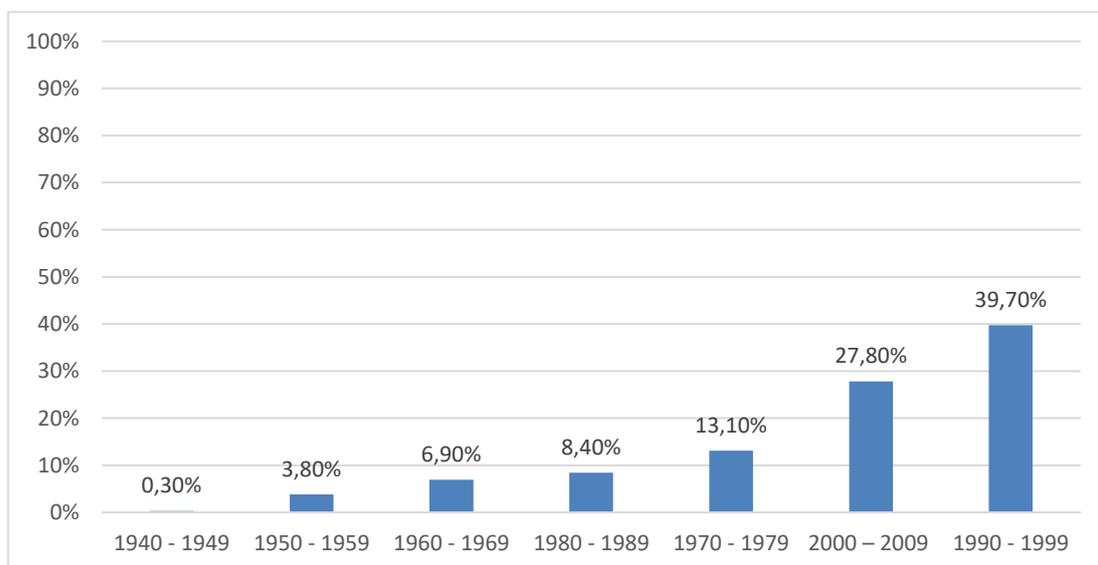


Figura 17: Ano de Nascimento

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

No que toca ao nível de escolaridade, 74,7% (239) frequentam ou frequentaram a Universidade, 23,8% (76) frequentaram o 12º inclusive; 1,3% (4) chegaram até ao 9º ano, inclusive e apenas 0,3% (1) até ao 6º ano (Figura 18).

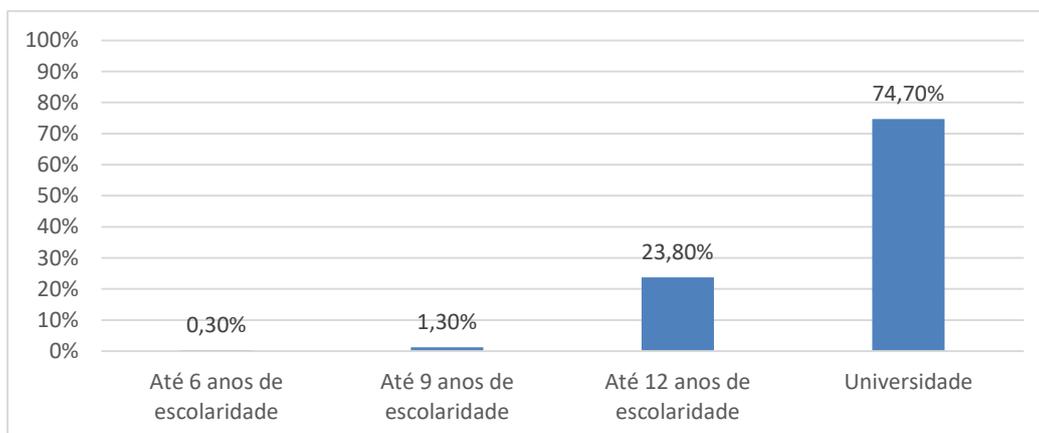


Figura 18: Nível de Escolaridade

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Em termos de ocupação profissional, 51,6% (165) são estudantes, 16,6% (53) pertencem ao quadro médio/superior, 9,1% (29) são trabalhadores/estudantes. Todas as outras ocupações profissionais são pouco representativas, obtendo assim 6,3% (20) inquiridos como Empresário(a) em nome individual; 4,4% (14) corresponde a domésticas ou desempregados; 4,1% (13) são profissionais liberais; 3,8% (12) são funcionários comerciais ou administrativos; 3,1% (10) são pensionistas/reformados e 1,3% (4) são operários (Figura 19).

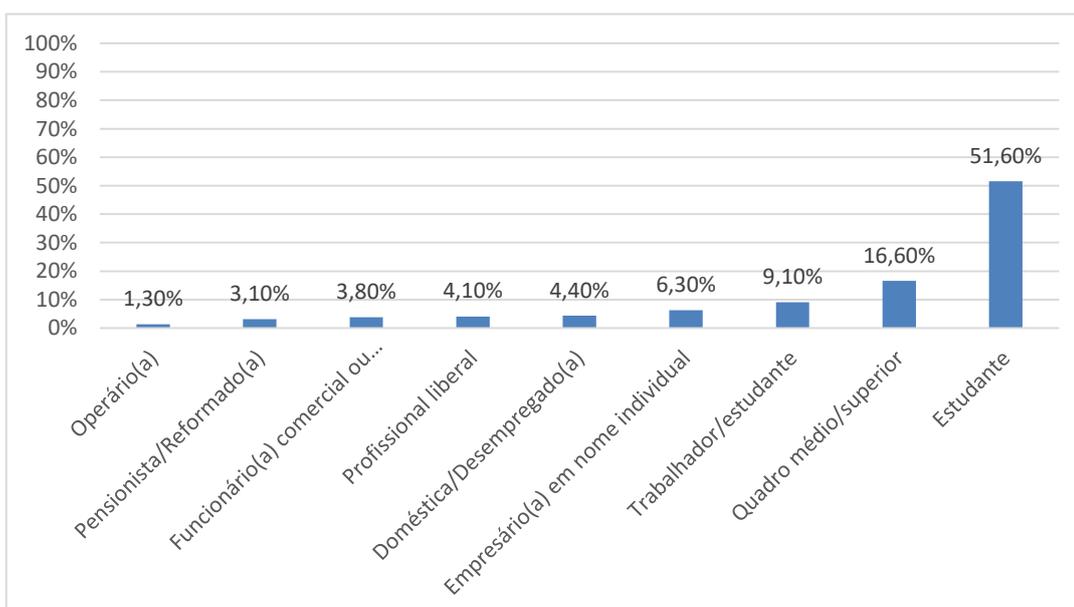


Figura 19: Ocupação Profissional

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

1.2. Características das viagens pré COVID-19

Neste ponto serão apresentadas as tabelas de frequências (Apêndice II), tendo como intenção de compreender os hábitos de viagens dos inquiridos num contexto não pandémico. Assim, a tabela 5 apresenta os resultados do número de pessoas que visitaram as cidades no Centro de Portugal nos últimos 3 anos.

As cidades que obtiveram mais visitantes para fins de lazer, foram Coimbra com 61,6% e Aveiro com 58,4%, obtendo uma percentagem superior a 50%. Tal como observado no capítulo IV, este número em muito se pode dever ao facto de estas serem grandes polos universitários, tendo também em consideração que a grande maioria dos inquiridos eram estudantes.

Não obstante, sobressaem outras cidades, nomeadamente a Figueira da Foz, Viseu, Nazaré, Leiria e Óbidos que obtiveram um número de visitantes superior a 100 nos últimos 3 anos, correspondendo a uma percentagem de 46,9%; 41,3%; 37,8%; 34,1% e 31,9%, respetivamente. Por outro lado, a cidade menos visitada pelos inquiridos, foi Sardoal (Santarém) com apenas 1,9% dos inquiridos a visitarem esta cidade nos três últimos anos.

Cidade	Nº de visitantes	Percentagem
Abrantes	35	10,90%
Águeda	69	21,60%
Aguiar da Beira	17	5,30%
Albergaria-a-Velha	35	10,90%
Alcanena	9	2,80%
Alcobaça	62	19,40%
Alenquer	16	5%
Almeida	28	8,80%
Alvaiázere	12	3,80%
Anadia	42	13,10%
Ansião	19	5,90%
Arganil	40	12,50%
Arruda dos Vinhos	11	3,40%
Aveiro	187	58,40%
Batalha	69	21,60%
Belmonte	54	16,90%
Bombarral	35	10,90%
Cadaval	12	3,80%
Caldas da Rainha	84	26,30%
Cantanhede	55	17,20%
Carregal do Sal	8	2,50%
Castanheira de Pêra	31	9,70%
Castelo Branco	68	21,30%
Castro Daire	26	8,10%
Celorico da Beira	29	9,10%
Coimbra	197	61,60%
Condeixa-a-Nova	41	12,80%
Constância	22	6,90%
Covilhã	86	26,90%
Entroncamento	32	10%
Estarreja	32	10%
Ferreira do Zêzere	30	9,40%
Figueira da Foz	150	46,90%
Figueira de Castelo Rodrigo	17	5,30%
Figueiró dos Vinhos	22	6,90%
Fornos de Algodres	15	4,70%
Fundão	56	17,50%
Góis	29	9,10%
Gouveia	28	8,80%
Guarda	74	23,10%
Idanha-a-Nova	24	7,50%
Ílhavo	58	18,10%
Leiria	109	34,10%
Lourinhã	29	9,10%
Lousã	65	20,30%
Mação	11	3,40%
Mangualde	27	8,40%
Manteigas	54	16,90%
Marinha Grande	38	11,90%

Cidade	Nº de visitantes	Percentagem
Mealhada	79	24,70%
Meda	10	3,10%
Mira	54	16,90%
Miranda do Corvo	33	10,30%
Montemor-o-Velho	51	15,90%
Mortágua	18	5,60%
Murtosa	20	6,30%
Nazaré	121	37,80%
Nelas	22	6,90%
Óbidos	102	31,90%
Oleiros	9	2,80%
Oliveira de Frades	25	7,80%
Oliveira do Bairro	23	7,20%
Oliveira do Hospital	35	10,90%
Ovar	52	16,30%
Pampilhosa da Serra	29	9,10%
Pedrógão Grande	38	11,90%
Penacova	35	10,90%
Penalva do Castelo	16	5%
Penamacor	14	4,40%
Penela	27	8,40%
Peniche	73	22,80%
Pinhel	18	5,60%
Pombal	45	14,10%
Porto de Mós	24	7,50%
Proença-a-Nova	18	5,60%
Sabugal	30	9,40%
Santa Comba Dão	19	5,90%
São Pedro do Sul	47	14,70%
Sardoal	6	1,90%
Sátão	19	5,90%
Seia	59	18,40%
Sertã	20	6,30%
Sever do Vouga	38	11,90%
Sobral de Monte Agraço	7	2,20%
Soure	26	8,10%
Tábua	21	6,60%
Tomar	52	16,30%
Tondela	27	8,40%
Torres Novas	34	10,60%
Torres Vedras	40	12,50%
Trancoso	25	7,80%
Vagos	32	10%
Vila de Rei	23	7,20%
Vila Nova da Barquinha	15	4,70%
Vila Nova de Ourém	11	3,40%
Vila Nova de Paiva	15	4,70%
Vila Nova de Poiares	19	5,90%
Vila Velha de Ródão	18	5,60%
Viseu	132	41,30%
Vouzela	34	10,60%

Tabela 5: Número e proporção de pessoas que visitaram as cidades no Centro de Portugal nos últimos 3 anos, num contexto pré-pandémico

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Foi também questionado o tipo de estabelecimento turístico que o consumidor tinha como preferência e, com base na tabela 6, é possível comprovar o grau de utilização/preferência dos vários tipos de alojamento em contexto de férias/lazer. De acordo com a escala de *Likert*, o alojamento escolhido (sempre) para férias de lazer é o Hotel, com 23,8% (76) respostas. Já o estabelecimento (raramente) escolhido, com 61,9% (198) respostas, é o uso de casa própria, tendo logo de seguida com 60,3% (193) respostas os parques de campismo.

Tendo em consideração que o propósito das viagens era para fins de lazer, o Hotel, pode ter predominado por vários fatores, como o facto de ser mais económico face à Casa Própria.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Hotel	18,8	12,2	15,9	29,4	23,8
Alojamento Local	24,7	10,0	17,8	30,9	16,6
Hostel	54,1	13,8	14,4	14,7	3,1
Turismo em Espaço Rural	34,1	13,8	22,5	17,5	12,2
Parque de campismo	60,3	12,2	12,5	10,9	4,1
Casa de amigos/familiares	30,3	13,4	18,1	19,4	18,8
Casa Própria	61,9	6,3	9,4	7,8	14,7

Tabela 6: Preferência dos vários tipos de alojamento num contexto de férias/lazer pré pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Foi questionado o modo como os inquiridos gostam de planear as suas viagens de férias e o método que mais utilizam para a concretização do mesmo (Tabela 7). Deste modo, constata-se que o método (raramente) utilizado pelos inquiridos em questão para efetuarem o planeamento das suas viagens é o Operador/Agência de viagem, obtendo 67,5% (216) respostas. Já a forma (sempre) utilizada para efetuarem o planeamento, é a Reserva/Compra feita pelo próprio, de uma forma *online*, com 47,2% (151) respostas.

Cada vez mais o consumidor gosta de ter controlo sobre as suas decisões, logo a escolha deste planeamento acaba por dar uma maior facilidade ao consumidor de poder obter controlo sobre as suas compras e as suas decisões, dando ênfase ao que foi abordado na revisão de literatura, destacando que a digitalização começa a predominar nos consumidores.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Operador/Agência de viagem	67,5	11,6	9,7	5,6	5,6
Reserva/Compra feita pelo próprio online	10,3	2,5	11,9	28,1	47,2
Reserva/Compra pelo próprio no destino	50,9	14,7	15,6	10,9	7,8
Não precisei de fazer reservas/compra	58,1	11,3	9,4	9,7	11,6

Tabela 7: Preferência dos vários tipos de planeamento num contexto de férias/lazer

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

A mesma questão foi colocada para os transportes utilizados em férias/lazer. Pela observação da tabela 8 é possível verificar os resultados da preferência de transporte escolhida pelos inquiridos para realizarem as suas viagens em contexto de lazer. É possível constatar que o transporte (sempre) utilizado pelos inquiridos para realizar as suas viagens com o propósito de lazer, num contexto pré-pandemia é o carro próprio, com 64,1% (205) respostas, ao contrário da Caravana que obteve 85,3% (273), que é o transporte menos utilizado pelos consumidores.

Estes resultados, podem, em muito, derivar do facto do carro próprio fornecer uma maior independência ao indivíduo. Neste sentido, não está dependente de transportes públicos, horários obrigatórios ou outros inconvenientes. A escolha da Caravana como o transporte menos utilizado pode justificar-se pelo facto de ser um transporte economicamente caro, o que pode impossibilitar o seu uso a uma grande parte da população.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Carro Próprio	5,6	0,6	4,7	25,0	64,1
Carro Alugado	74,1	10,9	4,4	7,5	3,1
Caravana	85,3	4,4	4,7	4,1	1,6
Comboio	42,5	12,5	15,6	21,9	7,5
Autocarro	47,5	10,3	18,4	18,4	5,3
Avião	38,8	8,4	16,9	21,6	14,4
Circuito com vários meios de transporte	52,8	13,8	15,9	10,3	7,2

Tabela 8: Preferência dos vários tipos de transporte num contexto de férias/lazer

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Os participantes do estudo foram questionados sobre o nível de segurança para a prática de diversas atividades de lazer num contexto pré pandemia (Tabela 9).

A maioria das atividades foi indicada como sendo muito segura, segundo a escala de *Likert*. Não obstante, a atividade considerada (Muito Seguro) foi “Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza” com 74,7% (239) respostas, destacando que os locais ligados à natureza e que se encontram longe de sítios massificados continuam a ser os prediletos. Já a atividade considerada (Muito Inseguro) é “frequentar casinos e casas de jogo” uma vez que obteve 19,7% (63) respostas, em muito pela incerteza de eventos que podem colocar em risco a integridade física dos inquiridos.

	1 (Muito inseguro) %	2 (Inseguro) %	3 (Indiferente) %	4 (Seguro) %	5 (Muito seguro) %
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos	5,9	4,4	8,8	28,1	52,8
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza	1,6	0,9	8,1	14,7	74,7
Visitar galerias de arte, museus, monumentos	2,8	3,4	5,6	14,7	73,4
Ir a praias oceânicas	2,5	1,9	9,1	19,1	67,5
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)	2,8	3,4	12,5	25,9	55,3
Assistir a concertos, festivais, espetáculos	5,0	5,3	8,8	22,2	58,8
Visitar centros urbanos ou centros históricos	0,9	1,6	9,4	15,6	72,5
Jantar em restaurantes	1,9	2,2	6,6	16,3	73,1
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...	2,2	3,4	8,1	20,3	65,9
Frequentar casinos e casas de jogo	19,7	6,9	13,8	16,9	42,8
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno	10,9	8,8	15,0	25,0	40,3
Fazer <i>sightseeing</i> e visitas organizadas	8,1	5,6	12,2	19,7	54,4
Assistir a eventos desportivos	10,0	8,4	14,7	20,3	46,6
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)	12,2	6,9	8,1	16,6	56,3
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos	11,3	7,8	10,9	19,7	50,3

Tabela 9: Nível de segurança sentido nas várias atividades turísticas num contexto de férias/lazer

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

1.3. Características das viagens durante e pós COVID-19

Nesta secção do inquérito são apresentadas as mesmas questões que anteriormente foram descritas, contudo num contexto durante/pós-pandemia. Neste seguimento, a tabela 10 destaca o número de pessoas que visitaram as várias regiões do Centro durante a pandemia e que, posteriormente, poderão vir a visitar.

Na tabela 10, tal como na tabela 5, as cidades que obtiveram um maior número de respostas foram Coimbra com 54,4% e Aveiro com 46,6%. Estes resultados aquando comparados com a tabela 5, evidenciam que ambas as cidades sofreram quedas de – 7,2% e – 11,8% respetivamente. Tendo em consideração que a região predominante destes inquiridos é Centro e para além de aqui se encontrarem grandes polos universitários, estas cidades podem-se, podem-se destacar devido aos fatores enunciados.

A Figueira da Foz e Viseu são as únicas cidades que, comparadas com a tabela 5, se mantêm com mais de 100 inquiridos, com 35,3% (-11,6% face à tabela 5) e 31,9% (-9,4% face à tabela 5), respetivamente. O mesmo não se verifica nas cidades de Nazaré, Leiria e Óbidos que obtiveram um número de visitantes inferior a 100, contrariando o que foi apresentado na tabela 5. Quanto à cidade menos visitada, Oleiro (Castelo Branco) recebeu apenas 2,2%, o que não vai ao encontro do que se encontra na tabela 5, uma vez que Sardoal se apresenta, na tabela 10, com 2,8% respostas. Por outro lado, através da tabela 11 é possível analisar o grau de utilização/preferência dos vários tipos de alojamento em contexto de férias/lazer num contexto durante pandemia.

Cidade	Nº de visitantes	Percentagem
Abrantes	27	8,40%
Águeda	40	12,50%
Aguiar da Beira	12	3,80%
Albergaria-a-Velha	26	8,10%
Alcanena	10	3,10%
Alcobaça	38	11,90%
Alenquer	9	3%
Almeida	27	8,40%
Alvaiázere	8	2,50%
Anadia	21	6,60%
Ansião	14	4,40%
Arganil	32	10,00%
Arruda dos Vinhos	13	4,10%
Aveiro	149	46,60%
Batalha	38	11,90%
Belmonte	35	10,90%
Bombarral	25	7,80%
Cadaval	14	4,40%
Caldas da Rainha	51	15,90%
Cantanhede	27	8,40%
Carregal do Sal	11	3,40%
Castanheira de Pêra	15	4,70%
Castelo Branco	57	17,80%
Castro Daire	20	6,30%
Celorico da Beira	24	7,50%
Coimbra	174	54,40%
Condeixa-a-Nova	27	8,40%
Constância	20	6,30%
Covilhã	56	17,50%
Entroncamento	21	6,60%
Estarreja	24	7,50%
Ferreira do Zêzere	31	9,70%
Figueira da Foz	113	35,30%
Figueira de Castelo Rodrigo	15	4,70%
Figueiró dos Vinhos	16	5,00%
Fornos de Algodres	13	4,10%
Fundão	33	10,30%
Góis	26	8,10%
Gouveia	25	7,80%
Guarda	44	24,10%
Idanha-a-Nova	17	5,30%
Ílhavo	45	14,10%
Leiria	77	24,10%
Lourinhã	17	5,30%
Lousã	48	15,00%
Mação	8	2,50%
Mangualde	16	5,00%
Manteigas	36	11,30%
Marinha Grande	25	7,80%

Cidade	Nº de visitantes	Percentagem
Mealhada	46	14,40%
Meda	10	3,10%
Mira	37	11,60%
Miranda do Corvo	26	8,10%
Montemor-o-Velho	37	11,60%
Mortágua	14	4,40%
Murtosa	18	5,60%
Nazaré	88	27,50%
Nelas	16	5,00%
Óbidos	72	22,5%
Oleiros	7	2,20%
Oliveira de Frades	13	4,10%
Oliveira do Bairro	11	3,40%
Oliveira do Hospital	23	7,20%
Ovar	37	11,60%
Pampilhosa da Serra	21	6,60%
Pedrógão Grande	22	6,90%
Penacova	24	7,50%
Penalva do Castelo	16	5%
Penamacor	14	4,40%
Penela	21	6,60%
Peniche	76	23,80%
Pinhel	13	4,10%
Pombal	35	10,90%
Porto de Mós	22	6,90%
Proença-a-Nova	12	3,80%
Sabugal	24	7,50%
Santa Comba Dão	17	5,30%
São Pedro do Sul	33	10,30%
Sardoal	9	2,80%
Sátão	12	3,80%
Seia	34	10,60%
Sertã	20	6,30%
Sever do Vouga	30	9,40%
Sobral de Monte Agraço	8	2,50%
Soure	19	5,90%
Tábua	17	5,30%
Tomar	36	11,30%
Tondela	20	6,30%
Torres Novas	23	7,20%
Torres Vedras	30	9,40%
Trancoso	24	7,50%
Vagos	20	6,30%
Vila de Rei	13	4,10%
Vila Nova da Barquinha	12	3,80%
Vila Nova de Ourém	12	3,80%
Vila Nova de Paiva	12	3,80%
Vila Nova de Poiares	18	5,60%
Vila Velha de Ródão	12	3,80%
Viseu	102	31,90%
Vouzela	29	9,10%

Tabela 10: Número e proporção de pessoas que visitaram as cidades no Centro de Portugal durante a pandemia COVID-19

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

No que respeita ao alojamento preferido no contexto durante/pós-pandemia, pela observação da tabela 11, é possível constatar que o alojamento (sempre) utilizado é a Casa Própria, com 28,4% (91) das respostas.

Aqui é possível obter dados comparativos, uma vez que no contexto pré-pandémico, a Casa Própria era o estabelecimento (raramente) escolhido pelos inquiridos. Ainda em comparação com a tabela 6, é possível verificar que o Hotel, num contexto durante/pós-pandemia passou para segundo lugar, obtendo 26,9% (86) dos inquiridos a responderem “sempre”.

Já o estabelecimento (raramente) utilizado foi o Hostel com 70,3% (225), seguindo-se do Parque de Campismo com 68,8% (220) dos inquiridos a responderem “raramente”. Devido ao encerramento dos vários estabelecimentos hoteleiros e ao facto do Hostel ser um alojamento onde a aglomeração de pessoas, em comparação, por exemplo, com o hotel, é maior, este torna-se um alojamento propício à contaminação pela SARS-Cov-2.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Hotel	32,8	8,4	12,5	19,4	26,9
Alojamento Local	36,3	9,1	13,4	20,3	20,9
Hostel	70,3	9,7	7,5	8,1	4,4
Turismo em Espaço Rural	44,4	8,4	17,2	15,3	14,7
Parque de campismo	68,8	10,3	7,8	7,8	5,3
Casa de amigos/familiares	40,9	11,9	11,9	14,4	20,9
Casa Própria	50,3	3,8	5,9	11,6	28,4

Tabela 11: Preferência dos vários tipos de alojamento durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Relativamente à pergunta sobre o planeamento preferido para a realização de viagens de lazer num contexto pandémico, os resultados apresentam-se na tabela 12. É possível concluir que o modo de planeamento (raramente) é utilizado é operador/agência de viagem, obtendo 68,1% (218) das respostas, o que vai ao encontro do que os inquiridos escolheram antes da pandemia, apresentado na tabela 7. Já a forma preferida de efetuarem o planeamento é a reserva/compra feita pelo próprio *online*, com 50,9% (163) das respostas, o que, comparado com a tabela 7, indica que mais 3,7% que preferem este tipo de planeamento.

Mais uma vez, denota-se que os meios tradicionais, como é o caso das agências de viagem, começam a entrar em decadência devido à forte presença da digitalização.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Operador/Agência de viagem	68,1	9,1	7,8	9,1	5,9
Reserva/Compra feita pelo próprio online	19,4	1,9	10,6	17,2	50,9
Reserva/Compra pelo próprio no destino	58,1	8,8	11,3	10,9	10,9
Não precisei de fazer reservas/compra	57,2	6,3	10,0	8,1	18,4

Tabela 12: Preferência dos vários tipos de planeamento durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

A tabela 13 apresenta os resultados da preferência de transporte escolhida pelos inquiridos para realizarem as suas viagens em contexto de lazer num contexto durante/pós pandemia.

É possível verificar que o transporte (sempre) utilizado pelos inquiridos para realizar as suas viagens com o propósito de lazer foi o carro próprio, com 75,6% (242) respostas. Apesar de ir ao encontro do que foi apresentado na tabela 8, os resultados da tabela 13 acabam por demonstrar que existe mais 11,5% (37), ganhando assim, um maior foco devido ao facto de este veículo lhes proporcionar uma maior segurança.

Por outro lado, o transporte (raramente) utilizado pelos inquiridos continua a ser a Caravana, que obteve 78,1% (250) respostas que, apesar de serem – 7,2% face à tabela 8, continua a ser o transporte menos utilizado pelos consumidores em questão.

	1 (Raramente)	2 (Às vezes)	3 (Muitas vezes)	4 (Quase Sempre)	5 (Sempre)
	%	%	%	%	%
Carro Próprio	6,3	0,9	1,6	15,6	75,6
Carro Alugado	71,9	9,1	6,6	6,9	5,6
Caravana	78,1	6,3	6,3	5,6	3,8
Comboio	53,4	11,9	13,8	14,4	6,6
Autocarro	60,3	13,4	9,7	11,6	5,0
Avião	53,4	10,0	13,1	13,8	9,7
Circuito com vários meios de transporte	69,4	10,9	8,8	7,2	3,8

Tabela 13: Preferência dos vários tipos de transporte durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

A tabela 14 apresenta o nível de sensação de segurança que os inquiridos sentem relativamente à realização de várias atividades turísticas, tendo em conta o contexto atual da pandemia. Pode-se concluir que neste caso existem várias mudanças. A atividade que obteve mais respostas foi “Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza” com 46,8% (150) respostas. Apesar de ser a atividade considerada mais segura pelos inquiridos num contexto COVID-10, houve um decréscimo de menos 89 pessoas face às respostas apresentadas na tabela 9. Já a atividade que, na tabela 14, foi considerada menos segura, segundo os inquiridos, é “Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno” com 59,3% (190) respostas, o que contradiz a tabela 9, quando a atividade que fazia o inquirido sentir-se menos seguro era frequentar casinos e casas de jogo.

	1 (Muito inseguro) %	2 (Inseguro) %	3 (Indiferente) %	4 (Seguro) %	5 (Muito seguro) %
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos	35,9	20,3	25,0	13,1	5,6
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza	4,7	5,0	13,4	30,0	46,9
Visitar galerias de arte, museus, monumentos	13,8	15,0	28,1	23,1	20,0
Ir a praias oceânicas	5,9	10,3	24,1	25,9	33,8
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)	7,2	11,3	28,1	27,5	25,9
Assistir a concertos, festivais, espetáculos	37,2	21,3	23,1	11,9	6,6
Visitar centros urbanos ou centros históricos	9,4	17,2	27,2	24,1	22,2
Jantar em restaurantes	16,6	17,8	28,7	21,3	15,6
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...	18,4	24,7	28,7	17,2	10,9
Frequentar casinos e casas de jogo	51,9	17,8	20,0	6,3	4,1
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno	59,4	17,2	15,0	4,1	4,4
Fazer <i>sightseeing</i> e visitas organizadas	26,6	20,3	26,6	14,7	11,9
Assistir a eventos desportivos	40,3	19,7	20,6	11,9	7,5
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)	46,3	17,5	18,8	8,8	8,8
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos	37,5	20,9	22,8	10,3	8,4

Tabela 14: Nível de segurança sentido nas várias atividades turísticas durante e pós pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

1.4. Medidas de Higiene e Segurança

Nesta secção, irão ser enumeradas várias medidas de segurança que visam proteger e diminuir o contágio pela COVID-19. Neste sentido, a tabela 15 apresenta algumas dessas medidas, tendo sido pedido aos inquiridos para apresentar o seu grau de concordância perante as mesmas.

Globalmente, a pandemia teve um efeito muito significativo na perceção de segurança para a prática das várias atividades turísticas, pois consideradas antes seguras são, agora, apontadas como inseguras ou muito inseguras. Contudo, em termos genéricos, todas as medidas obtiveram uma grande aceitação por parte dos inquiridos. A medida que os inquiridos concordaram totalmente é o “Uso obrigatório de máscara em locais fechados e transportes públicos” com 89% (284) respostas. Já a medida em que os inquiridos discordaram totalmente foi “Camarotes, espalhados estrategicamente num recinto ao ar livre, nomeadamente para concertos, eventos” com 8,4% (27) inquiridos a mostrarem o seu desagrado perante esta medida. No entanto, é importante referir que as medidas consideradas menos interessantes foram as visitas guiadas online e a adoção de concertos online. Os inquiridos mostram alguma reticência a atividades sociais online.

De modo a complementar esta lista, foi apresentado no questionário uma pergunta aberta onde os inquiridos podiam enunciar outro tipo de medidas. Para conjugar todas as medidas referidas, recorreu-se ao “*Word Cloud Generator*” para criar uma nuvem de palavras consoante o que os inquiridos mencionaram (figura 20). Neste sentido, foi utilizada a contagem de palavras de modo a apurar os vocábulos que se destacam, ou seja, quanto mais vezes essas palavras são evidenciadas no discurso dos inquiridos, maior é o seu realce na nuvem de palavras. Porém, esta contagem não conteve pronomes, advérbios ou determinantes devido à sua predominância, logo, apenas foram contabilizadas as palavras com o mínimo de quatro letras.

Através da nuvem de palavras, constata-se que os vocábulos que sobressaem no discurso dos entrevistados são “obrigatoriedade”, “teletrabalho”, “fiscalização” e, por último, “online”. O termo “obrigatoriedade” surge com maior evidência em comparação com as restantes palavras devido à importância que os respondentes atribuem à necessidade do uso de máscara e do recolher obrigatório enquanto medidas fundamentais para prevenir o contágio e uma conseqüente propagação da COVID-19. Além de ser enumerado a responsabilidade civil, verifica-se uma concordância geral relativamente à necessidade de obter uma maior higienização dos espaços comuns, entre eles, os transportes públicos e os objetos presentes num hipermercado, tais como os carrinhos e os terminais de pagamento automático.

	1 (Discordo totalmente) %	2 (Discordo) %	3 (Nem concordo nem discordo) %	4 (Concordo) %	5 (Concordo totalmente) %
Entrega ao domicílio de comida por parte da restauração (<i>take-away</i>)	1,9	2,5	10,6	20	65
Distanciamento Social	0,9	2,2	3,8	8,1	85
Uso obrigatório de máscara em locais fechados e transportes públicos	0,9	1,3	4,1	5	88,8
Uso obrigatório de máscara em locais abertos com um grande aglomerado de pessoas	1,6	2,2	5,9	9,1	81,3
Desinfecção e higienização das mãos	0,6	1,9	3,8	5,3	88,4
Quarentena obrigatória (14 dias) a pessoas que chegam do estrangeiro	2,5	4,1	14,4	20,3	58,8
Sistema de medição da temperatura em restaurantes, hotéis, aeroportos	3,1	3,1	7,5	14,7	71,6
Serviço <i>contactless</i> em pagamentos multibanco	3,1	3,4	6,6	8,4	78,4
O selo " <i>Clean&Safe</i> " e " <i>Safe Travels</i> "	2,5	4,7	11,9	16,9	64,1
Definição de corredores de circulação nas praias/hotéis/aeroportos para evitar o contacto físico	1,9	4,1	7,8	16,3	70
Limpeza e da desinfecção constante dos estabelecimentos	0,6	3,1	2,8	6,9	86,6
Redução da lotação nos estabelecimentos públicos	0,9	2,5	4,1	13,1	79,4
Check-in <i>online</i> no setor hoteleiro e aeroportos	1,3	4,4	6,9	16,9	70,6
Imposição de serviço de enfermagem no setor hoteleiro e empresas para uso dos clientes	5,3	5,9	17,5	24,1	47,2
Barreiras de proteção entre o cliente e o funcionário (Acrílicos)	1,6	2,2	7,8	15,9	72,5
Indicação da não utilização de ar condicionado em locais fechados	6,9	5,6	19,1	24,1	44,4
Constante formação aos funcionários das novas medidas de higienização implementadas por cada estabelecimento	0,9	3,1	7,2	14,1	74,7
Uso frequente de esplanadas e espaços ao ar livre (sempre que possível)	0,6	2,5	6,9	16,9	73,1
Cápsulas protetoras de uso individual na restauração (<i>Plex'Eat</i>)	6,6	6,3	22,2	18,1	46,9
Camarotes, espalhados estrategicamente num recinto ao ar livre, nomeadamente para concertos, eventos	8,4	5,6	17,2	19,7	49,1
Visitas guiadas <i>online</i> , nomeadamente a museus, centros históricos, etc.	7,8	7,8	19,7	22,2	42,5
Retirada de objetos não importantes das salas de espera (revistas, folhetos, máquinas de café, etc. ...)	4,4	5,0	11,9	20,0	58,8

Tabela 15: Grau de concordância com as medidas de segurança impostas pelo Governo

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

Após esta enumeração de medidas, os inquiridos foram questionados, tendo em conta a ameaça do coronavírus, quais as perceções de segurança quando o inquirido viaja no seu país, sendo que a tabela 16 apresenta os resultados obtidos.

Ao analisar a tabela 16, é possível compreender que, a COVID-19 impactou, intensivamente, os planos de viagens dos inquiridos, sendo que, 46,6% (149) inquiridos responderam concordaram totalmente com a afirmação “A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos” No entanto, apesar de 30,9% (99) dos inquiridos sentirem que viajar, durante o período de recolha de dados, era bastante arriscado, apenas 30,3% (97) responderam que concordam com a afirmação “Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento”.

A segurança foi também destacada como sendo algo extremamente importante para os consumidores quando este decidem viajar dentro do seu próprio país, obtendo 66,3% (212) respostas de concordância, seguindo-se o facto de estarem mais alertas em relação à higienização em locais públicos, com 62,5% (200). Com isto, a perceção de higiene dos consumidores mudou drasticamente, tendo 50% (160) dos inquiridos a afirmarem totalmente com esta mudança.

As medidas de segurança impostas nos aeroportos ajudam, para 31,9% (102) dos inquiridos a responderem “concordo”, a tornar as viagens mais seguras. Tal como explicado no Capítulo III, referente à síntese de estudos realizados acerca dos efeitos da pandemia no comportamento dos consumidores, a segurança, para 54,7% (175) vai ser um atributo fundamental que um local pode oferecer.

No entanto, viajar para realizar visitas a amigos ou familiares, para 27,5% (88) dos inquiridos é considerado extremamente inseguro, juntamente com a realização de férias num contexto de férias ou o facto de se sentirem seguros para a realização do mesmo, ambos obtendo 25,3% (81) respetivamente.

	1 (Discordo totalmente) %	2 (Discordo) %	3 (Nem concordo nem discordo) %	4 (Concordo) %	5 (Concordo totalmente) %
Viajar neste momento é arriscado	5,9	11,3	25,9	25,9	30,9
Sinto-me confortável em viajar neste momento	25,3	21,9	26,6	16,9	9,4
Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro	25,3	27,8	30,9	10,6	5,3
Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras	20,0	26,9	32,5	15,0	5,6
Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro	27,5	31,9	28,7	8,4	3,4
Viajar com a minha família é muito seguro	17,8	24,7	29,7	18,8	9,1
Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento	10,0	12,8	22,2	30,3	24,7
Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras	6,3	6,9	25,3	31,9	29,7
A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer	1,9	4,1	13,4	25,9	54,7
A segurança é algo muito importante para mim	0,3	0,9	9,4	23,1	66,3
A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos	7,2	9,1	14,1	23,1	46,6
Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades	19,1	18,4	27,5	19,4	15,6
Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou	5,0	4,4	15,0	25,6	50,0
Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos	1,9	1,9	11,3	22,5	62,5

Tabela 16: Nível de perceção de risco do inquirido quando viaja no seu país

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

De seguida, foram feitas as mesmas questões, contudo no que se refere às perceções de segurança para viajar no estrangeiro (Tabela 17). Primeiramente, é possível afirmar que a COVID-19 reduziu os meus planos de viagem ao estrangeiro nos próximos anos, obtendo 50,9% (163) respostas a concordarem totalmente com esta afirmação.

Comparando a tabela 16 e a tabela 17, é possível concluir que viajar no estrangeiro torna-se mais arriscado para o estrangeiro do que em território nacional, obtendo 53,1% (170) contra 30,9% (99) correspondentemente. Também é importante realçar que os consumidores em questão se sentem mais confortáveis em viajar, durante o contexto pandémico, no seu próprio do país do que no estrangeiro. Contudo, a realização de viagens para fins de lazer, negócios/trabalho são para 45,9% (128) e 40% (109) são consideradas altamente inseguras. Neste sentido, 45,9% (147) inquiridos sentiram-se altamente inconfortáveis em realizar viagens durante o período de recolha de dados, deixando-os bastante nervosos, com 36,9% (118) a concordarem com a afirmação “Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento”. Tal como apresentado na tabela 16, para os inquiridos, viajar com a família ou visitar amigos/familiares é considerado bastante inseguro com 34,1% (109) e 43,1% (138) respostas.

A segurança continua a ser algo extremamente importante para o consumidor, com 68,1% (218) inquiridos a concordarem totalmente com esta afirmação. Aqui é possível denotar uma diferença entre a segurança no estrangeiro e a segurança em território nacional, sendo que, apesar de ser importante, os inquiridos procuram muito mais segurança no estrangeiro do que no território. Contudo, as medidas de segurança impostas nos aeroportos estrangeiros tornam as viagens, para 36,6% (117), mais seguras. Também é evidenciado que para 58,4% (187), “A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer”.

A higiene, tal como destacado na Tabela 16, continua a ser um fator decisivo nas viagens dos inquiridos ao estrangeiro, realçando que as suas perceções alteraram e encontram-se muito mais preocupados com esse fator, sendo que 60% (192) dos inquiridos afirma que se encontram muito mais cautelosos em relação à higiene em espaços públicos e 53,1% (170) diz que a sua perceção de higiene mudou.

	1 (Discordo totalmente) %	2 (Discordo) %	3 (Nem concordo nem discordo) %	4 (Concordo) %	5 (Concordo totalmente) %
Viajar neste momento é arriscado	5,9	5,9	17,5	17,5	53,1
Sinto-me confortável em viajar neste momento	45,9	19,1	21,3	8,8	5,0
Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro	40,0	24,1	26,6	6,3	3,1
Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras	37,2	24,7	25,6	9,1	3,4
Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro	43,1	25,3	23,1	5,6	2,8
Viajar com a minha família é muito seguro	34,1	22,5	25,3	10,6	7,5
Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento	9,4	8,4	23,1	22,2	36,9
Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras	8,1	8,1	24,7	22,5	36,6
A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer	2,8	3,1	16,6	19,1	58,4
A segurança é algo muito importante para mim	0,9	2,2	10,9	17,8	68,1
A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos	6,3	7,5	15,0	20,3	50,9
Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades	15,0	14,7	26,9	16,6	26,9
Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou	4,1	2,5	16,3	24,1	53,1
Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos	3,1	2,8	12,2	21,9	60,0

Tabela 17: Nível de perceção de risco do inquirido quando viaja no estrangeiro

Fonte: Elaboração Própria com base no inquérito realizado via *Google Forms*

2. Teste das Hipóteses

Neste ponto serão testadas as hipóteses anteriormente definidas, através dos dados obtidos do questionário realizado. Estes dados serão testados através do SPSS, nomeadamente através do Teste do Sinal (Apêndice III). Irão ser apresentadas as hipóteses para cada conjunto de variáveis com o seu respetivo valor p , de modo a afirmar ou refutar as hipóteses colocadas. Para tal, é tido em consideração as diferenças com maior número, excluindo assim os empates.

2.1. Grau de utilização/preferência do alojamento: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico

De acordo com a Tabela 18, relativamente à frequência de uso de alojamento num contexto pré e durante pandemia, constata-se que existem diferenças significativas na frequência de uso do Hotel, Hostel, Parque de Campismo, Casa de Amigos/familiares e em Casa Própria. Assim, neste sentido, destaca-se que estes alojamentos, durante a pandemia, foram menos frequentados do que os mesmos num contexto pré-pandemia. Os únicos alojamentos que se destacam é o Turismo em Espaço Rural, com o $p = 0,202$ e o Alojamento Local que obteve o valor de $p = 0,068$, não havendo diferenças significativas na frequência de uso dos mesmos.

É possível afirmar que praticamente todos os alojamentos durante a COVID-19 foram menos frequentados aquando comparados num contexto pré-pandemia, excluindo a Casa Própria em que os resultados demonstram que, num contexto durante pandemia, este alojamento foi o mais frequentado aquando comparado com o cenário pré-pandemia.

Alojamento	p
Hotel	0,007**
Alojamento Local	0,068
Hostel	0,000**
Turismo em Espaço Rural	0,202
Parque de Campismo	0,002**
Casa Amigos/familiares	0,019*
Casa Própria	0,000**

Tabela 18: Teste do Sinal - Alojamento pré e durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no resultado do Teste do Sinal realizado no SPSS

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Em jeito de conclusão, relativamente às hipóteses propostas para este caso, é possível confirmar H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 e H_6 . No entanto, refuta-se H_7 uma vez que a casa própria foi mais frequentada num contexto durante pandemia do que Pré-Pandemia.

2.2. Forma de compra/planeamento das viagens: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico

Segundo a Tabela 19, é possível afirmar a existência de relação significativa relativamente à preferência de compra/planeamento das viagens na variável “Operador/Agência de Viagem” e “Não precisei de fazer reservas/compra” uma vez que o valor de p é inferior a 0,05.

No que toca às diferenças, a “Reserva/compra feita pelo próprio *online*” e “Reserva/compra pelo próprio no destino” num contexto durante pandemia foi menos preferido aquando comparado com o contexto Pré Pandemia. O mesmo não acontece com a variável “Operador/Agência de Viagem” e “Não precisei de fazer reservas/compra”, onde estas variáveis foram as preferidas pelos consumidores num contexto Pré-Pandemia do que durante pandemia.

Em jeito de conclusão, relativamente às hipóteses propostas para este caso, é possível afirmar H_8 e H_{11} e refutar H_9 e H_{10}

Compra/Planeamento	p
Operador/ Agência de Viagem	0,028*
Reserva/compra feita pelo próprio <i>online</i>	0,157
Reserva/compra pelo próprio no destino	0,205
Não precisei de fazer reservas/compra	0,019*

Tabela 19: Teste do Sinal - forma de compra/planeamento pré e durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no resultado do Teste do Sinal realizado no SPSS

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

2.3. Grau de utilização/preferência dos transportes: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico

De acordo com a Tabela 20, é possível concluir que existem diferenças significativas relativamente à frequência de uso de transportes em todos os transportes apresentados, uma vez que apresentam o valor de p inferior a 0,05.

No entanto, também é importante destacar que, dentro da gama de transportes apresentados, o Carro Próprio, o Carro Alugado e a Caravana, num contexto durante pandemia foram mais utilizados pelos consumidores aquando comparado com um contexto Pré-

Pandemia. Os restantes transportes foram mais utilizados num contexto Pré-Pandemia do que durante pandemia. Neste sentido, é possível afirmar H_{15} , H_{16} e H_{17} e refutar H_{12} , H_{13} e H_{14} .

Transporte	p
Carro Próprio	0,000**
Carro Alugado	0,042*
Caravana	0,000**
Comboio	0,000**
Autocarro	0,000**
Avião	0,000**
Circuito com vários meios de transporte	0,000**

Tabela 20: Teste do Sinal - Grau de utilização/preferência dos transportes pré e durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no resultado do Teste do Sinal realizado no SPSS

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

2.4. Sensação de segurança para praticar várias atividades turísticas: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico

No que toca as atividades turísticas, comparando as mesmas variáveis num contexto pré e durante pandemia tal como é apresentado na Tabela 21, denota-se que o valor de p , em todas elas, é de 0,000, logo demonstra haver diferenças significativas na frequência de uso das mesmas. Algo que também é importante ressaltar é, de acordo com o teste do Sinal realizado no SPSS, todas as variáveis apresentam diferenças negativas. Isto é, todas as atividades apresentadas, num contexto durante pandemia, foram menos frequentadas aquando comparado num contexto Pré-Pandemia, uma vez que os consumidores sentiram menos segurança a praticar estas atividades durante a pandemia do que antes da pandemia. Neste sentido, é possível afirmar H_{18} , H_{19} , H_{20} , H_{21} , H_{23} , H_{24} , H_{25} , H_{26} , H_{27} , H_{28} , H_{29} , H_{30} , H_{31} , H_{32} e H_{33} .

Atividades Turísticas	p
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos	0,000**
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza	0,000**
Visitar galerias de arte, museus, monumentos	0,000**
Ir a praias oceânicas	0,000**
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)	0,000**
Assistir a concertos, festivais, espetáculos	0,000**
Visitar centros urbanos ou centros históricos	0,000**
Jantar em restaurantes	0,000**
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...	0,000**
Frequentar casinos e casas de jogo	0,000**
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno	0,000**
Fazer <i>sightseeing</i> e visitas organizadas	0,000**
Assistir a eventos desportivos	0,000**
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)	0,000**
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos	0,000**

Tabela 21: Teste do Sinal - Sensação de segurança para praticar várias atividades turísticas pré e durante a pandemia

Fonte: Elaboração Própria com base no resultado do Teste do Sinal realizado no SPSS

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

2.5. Perceções de segurança quando viaja no estrangeiro e em território: Contexto pré-pandemia VS contexto pandémico

A Tabela 22 apresenta os resultados obtidos do Teste do Sinal realizado no SPSS no que toca às perceções de segurança dos consumidores quando estes viajam para o estrangeiro e em território nacional. Deste modo, comparando as mesmas variáveis, tal como é apresentado na Tabela 22 denota-se que o valor de p, em grande parte das variáveis tem o valor de 0,000, logo demonstra haver diferenças significativas na frequência de uso das mesmas.

Apesar de não ter o valor iguais às anteriormente referidas, existem variáveis que continuam a ter o valor de p inferior a 0,05, logo existem diferenças significativas, tais como “Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou” e “Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos”. Este conjunto de variáveis “Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras”, “A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer”, “A segurança é algo muito importante para mim” e “A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos”, apresentam valores superiores a 0,05, logo não existem diferenças significativas.

No que toca às diferenças apresentadas no Teste do Sinal, denota-se que existem mais itens apresentados na tabela 22 em que os consumidores têm uma perceção de insegurança mais elevada quando viajam no estrangeiro face ao território nacional. Deste modo, viajar, as medidas de segurança adicionais nos aeroportos, os planos de viagens, a frequência de uso de grandes cidades, a perceção de higiene e até mesmo o facto dos mesmos se sentirem mais nervosos, têm perceções de insegurança muito mais elevada no estrangeiro do que no seu próprio país.

Em contrapartida, todos os restantes itens são vistos como sendo mais seguros no seu próprio país do que no estrangeiro. No entanto, é importante destacar que existe um item “A segurança é algo muito importante para mim” onde não se verificou existir diferenças significativas na perceção de segurança entre as viagens ao estrangeiro e no território nacional, fazendo com que não seja possível nem afirmar nem refutar H_{42} . Não obstante, é possível afirmar H_{33} , H_{34} , H_{35} , H_{37} , H_{38} , H_{39} , H_{40} , H_{44} , H_{45} e refutar H_{36} , H_{41} , H_{43} e H_{46} .

Perceções de segurança quando viaja no estrangeiro e em território nacional	p
Viajar neste momento é arriscado	0,000**
Sinto-me confortável em viajar neste momento	0,000**
Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro	0,000**
Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras	0,000**
Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro	0,000**
Viajar com a minha família é muito seguro	0,000**
Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento	0,000**
Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras	0,213
A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer	0,118
A segurança é algo muito importante para mim	0,500
A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos	0,112
Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades	0,000**
Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou	0,020*
Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos	0,031*

Tabela 22: Teste do Sinal - Perceções de segurança quando viaja no estrangeiro e em território nacional

Fonte: Elaboração Própria com base no resultado do Teste do Sinal realizado no SPSS

Nota: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Conclusões

Finda esta investigação, chega o momento de apresentar uma retrospectiva do trabalho desenvolvido, assim como as principais conclusões e futuras linhas de investigação.

Tal como foi visto ao longo desta investigação, foi possível concluir que as doenças que afetam maioritariamente a saúde pública irão estar presentes na vida humana, especialmente quando ocorrem eventos de grande dimensão. Foi também possível verificar que, atualmente, no que toca aos estudos já a serem realizados no âmbito das mudanças de comportamento do consumidor, a segurança é uma das questões e preocupações que sobressai.

A segurança era e continuará a ser um grande fator a ser levado em consideração aquando da decisão de viajar por parte dos consumidores, quer sejam viagens nacionais ou internacionais. No entanto, a segurança não é o único fator a ser ponderado. Existem inúmeras razões que levam o consumidor a considerar uma viagem, nomeadamente os vários tipos de riscos existentes no destino, tais como: a instabilidade social, política, económica, guerras, conflitos, terrorismo e o risco de saúde doenças e epidemias, que veio a ganhar grande notoriedade no último ano.

A sensação de risco global, devido à COVID-19, é algo que nunca aconteceu e, se no passado o fator segurança já era importante e fundamental na escolha dos destinos e nas formas de viajar, atualmente é o mais importante. A COVID-19 não é a primeira, nem será a última pandemia que irá afetar todo o sistema de saúde, alterar o comportamento e os hábitos do ser humano, afetando, conseqüentemente, alguns setores, onde se inclui o do turismo.

Neste sentido, para atingir o objetivo central determinado para a realização desta investigação, mais concretamente perceber os impactos da COVID-19 no turismo, tornou-se necessário realizar uma pesquisa na área das Pandemias, do turismo, do Comportamento do Consumidor, da Perceção de Risco e Perceção de Segurança.

Através do estudo dos temas anteriormente referidos, estruturou-se este trabalho de forma a apresentar os diversos conteúdos de forma elaborada e sistematizada. Sendo assim, no Capítulo I, foram retratadas várias pandemias e epidemias que aconteceram ao longo da História, demonstrando-se as semelhanças e as diferenças entre o vírus *influenza* (considerada uma gripe sazonal), e uma gripe pandémica. Este destaque em muito se deveu ao facto da COVID-19, tal como evidenciado neste capítulo, inicialmente ter sido considerada como uma pneumonia normal, logo esta diferenciação acabou por ajudar a um melhor entendimento dos vários sintomas que as diferenciam. Neste capítulo também se destacou o Coronavírus, dando destaque à SARS, à MERS e, posteriormente, à COVID-19, enfatizando as suas principais

diferenças. Ainda neste ponto destacaram-se os impactos que a MERS e a SARS causaram no mundo, nomeadamente, no setor do turismo, desde a obrigatoriedade de quarentena, ao encerramento de vários estabelecimentos nos países afetados e as várias proibições de viagens por parte dos governos.

O Capítulo II debruça-se sobre o turismo antes, durante e pós COVID-19, tanto a nível nacional como mundial. Destacam-se os números relativamente ao turismo, num contexto pré-COVID-19 e pós pandémico. Em 2019, foram registadas 1,5 mil milhões de viagens mundialmente, já em 2020, entre o mês de janeiro e dezembro, apenas foram registadas 381 milhões de viagens, representando uma queda de – 73,9% (UNTWO, 2021a.) Em Portugal, estima-se que o número de chegadas de turistas não residentes, em 2020, tenha atingido 6,5 milhões, correspondendo a uma diminuição de 73,7% face a 2019. Tal como, também observado neste capítulo, as restrições impostas pelo governo nacional, afetaram não só os números referentes ao turismo como também a vida quotidiana de cada um, uma vez que o distanciamento social e a prática de uma boa higienização predominaram ao longo de 2020 e 2021. Estas restrições e imposições, irão acarretar incertezas no comportamento dos turistas, nomeadamente após a COVID-19, o que faz com que algumas tendências que se encontram a predominar agora, como a escolha do transporte privado ou a escolha de viajar dentro do território sejam tendências definitivas futuramente.

No Capítulo III, foram apresentadas explicações de conceitos fundamentais, tais como a definição de turismo, turistas, viagens, lazer, destino turísticos e os elementos (alojamento, transporte, atrações, atividades e instalações), para uma melhor compreensão da investigação em questão. Neste capítulo foi, de igual modo, importante para dar uma breve abordagem relativamente ao comportamento do consumidor no processo de tomada de decisão de uma viagem e analisar a perceção de risco nas viagens, juntamente com a importância de segurança de saúde nas viagens. Foram, também, expostos os diferentes trabalhos empíricos relativamente à mudança de comportamento dos consumidores perante a COVID-19 de modo a obter dados sólidos para que fosse possível, posteriormente, obter uma comparação entre estes resultados com os objetivos propostos neste trabalho.

No Capítulo IV, foi exposto o estudo de caso referente a Região Centro de Portugal, dando enfoque não só à oferta e procura das várias regiões que albergam esta Região, mas também os vários impactos que os diversos confinamentos e medidas impostas pelo Governo obtiveram no Centro. Esta região registou uma diminuição nas dormidas de -52,60%, sendo a segunda com menores perdas de entre as áreas promocionais nacionais. Até ao final de julho de 2021 é possível apercebermo-nos que a maioria das regiões já ultrapassavam a performance

obtida em 2020 para o período homólogo, sendo as exceções a região do Médio Tejo e Beiras e Serra da Estrela. Apesar dos resultados ainda se encontrarem muito aquém do que esperava, no mês de julho de 2021, a Beira Baixa e Beiras e Serra da Estrela, apresentaram um número superior de dormidas num mês em comparação com o mês homólogo de 2019, pré-pandemia.

No capítulo V apresentou-se a metodologia, o método de investigação adotado e a sua importância. De seguida, salientou-se o desenvolvimento do questionário, categorizando, passo a passo, como todo o processo foi efetuado, elaborando 47 hipóteses que se pretendem comprovar ou refutar.

Os capítulos seguintes foram dedicados aos Resultados (capítulo VI) e Conclusões (capítulo VII) com a sua discussão, Implicações do estudo para a Ciência e Gestão e Limitações e futuras linhas de investigação.

1. Resultados e Implicações para a Ciência

O principal propósito deste estudo, para além de tentar entender os impactos da COVID-19 no turismo, com as conclusões anteriormente referidas, foi o de compreender de que forma é que o comportamento dos turistas que tencionam viajar para o Centro de Portugal se irá alterar face ao alojamento, transporte e planeamento, num contexto durante/pós COVID-19. Pretende-se de igual modo, entender se existe uma perceção de medo em viajar dentro e fora do país de residência; quais as atividades turísticas que os turistas estão dispostos a realizar na presença da COVID-19 e quais as medidas/restrições que estão dispostos a adotar e aceitar para se sentirem mais seguros em relação à pandemia.

Neste sentido, com a apresentação dos resultados obtidos no questionário, pretendeu-se responder às perguntas anteriormente mencionadas na metodologia.

Relativamente aos efeitos que a COVID-19 teve nos hábitos de consumo e planeamento de viagens, os resultados obtidos vão, em muito, ao encontro dos vários estudos já publicados e referidos no Capítulo III.

As cidades mais visitadas por parte dos inquiridos, são Coimbra e Aveiro quer antes quer durante o contexto pandémico. Ambas as cidades são grandes polos universitários e a maioria dos inquiridos reside nestas duas grandes cidades. Devido a este facto, uma vez que a maioria dos inquiridos podem ser residentes nestas duas cidades, os mesmos irão acabar por fazer pequenas viagens dentro da sua residência. Porém, é importante destacar que apesar de Coimbra e Aveiro continuarem a predominar num contexto pandémico, obtiveram algumas quedas no que toca à sua escolha para a realização de viagens de férias/lazer durante e após a situação pandémica. Isto pode-se justificar pelo facto do movimento pendular, nomeadamente

dos alunos universitários e até mesmo de todos os profissionais que se encontravam nestas cidades apenas para trabalhar/estudar, ter sido interrompido devido à imposição do estado de emergência.

No que toca ao alojamento preferido pelos consumidores, de acordo com os dados obtidos no questionário e com as várias avaliações realizadas (Tabela de Frequência e Teste do Sinal), concluiu-se que os alojamentos presentes no questionário (Hotel, Alojamento Local, Hostel, Turismo em Espaço Rural, Parque de Campismo, Casa de Amigos/Familiares, Casa Própria), num contexto durante/pós COVID-19 foram menos frequentados quando comparados com o período pré-COVID-19, em muito devido aos vários confinamentos presentes em Portugal e em todo o mundo. No entanto, é fulcral destacar que a Casa Própria, num contexto durante/pós COVID-19 foi o alojamento mais frequentado, o que não se destacou num contexto pré-pandemia que, pelos resultados do questionário, era o alojamento menos escolhido pelos inquiridos. Devido a esta escolha por parte dos inquiridos, num contexto durante/pós COVID-19, o hotel que num contexto pré-pandemia predominou na escolha dos inquiridos, foi colocado em segundo lugar.

Os resultados vão ao encontro de estudos anteriores. O estudo conduzido por Brito-Henriques et al. (2020) destaca que alojamentos particulares ou de amigos irão predominar, contrariamente aos estabelecimentos hoteleiros. Esta escolha da casa própria poderá advir do facto do turista se encontrar agora muito mais alerta em relação à higiene e ao receito em contrair a doença. Encontrando-se num local reservado a si mesmo, sem ter que partilhar com desconhecidos, acaba por ser possível sentir mais segurança e ter um maior controlo da higiene do espaço. Já os hotéis são espaços que congregam um enorme número de pessoas, desde o staff até aos hóspedes, aumentando, assim, a probabilidade de contágio. Logo, num mundo pós pandemia, os turistas vão preferir locais que os façam sentir protegidos, daí a escolha da casa própria ganhar ênfase, juntamente com o facto dos mesmos se sentirem muito mais à vontade de se alojarem em casa de familiares ou amigos (Brito-Henriques et al., 2020).

No que respeita à forma de compra/planeamento, onde se encontram agregados o “operador/agência de viagem”, “reserva/compra feita pelo próprio *online*”, “reserva/compra feita pelo próprio no destino” e “não precisei de fazer reservas/compras”, foi possível concluir que não houve mudanças nos comportamentos dos inquiridos. Os resultados obtidos através do questionário mostram que a reserva feita pelo próprio de uma forma *online* predominou num contexto pré COVID-19 e num contexto durante/pós pandemia.

Porém, segundo o teste do Sinal, destaca-se uso do “operador/agência de viagem” e a “reserva/compra feita pelo próprio no destino”, num contexto durante/pós COVID-19,

predominou quando comparado ao contexto pré-pandemia. Já a “reserva/compra feita pelo próprio *online*” num contexto durante/pós COVID-19 foi menos utilizada comparativamente ao período pré COVID-19. Isto pode dever-se ao facto de no contexto pós-pandémico a incerteza provocada pelas restrições impedir os consumidores de fazerem reservas, logo, as reservas pré-pandemia eram muito mais frequentes do que num contexto pós COVID-19.

Estes resultados acabam por ir ao encontro de estudos já realizados pela *World Travel & Tourism Council (2020)* e a *European Travel Commission (2020b)*, onde é destacado o facto de a autonomização estar cada vez mais presente na sociedade atual. A internet e os meios digitais vieram, de algum modo, começar uma nova era de proatividade por parte dos potenciais consumidores. Por isso, atualmente, tudo se encontra disponível e facilitado para o cliente, de uma forma rápida e eficaz, podendo ser um sinal da decadência de meios mais tradicionais, como por exemplo, as agências de viagem.

Analisando, agora, o grau de utilização/preferência dos vários tipos de transporte presentes no questionário (Carro Próprio, Carro Alugado, Caravana, Comboio, Autocarro, Avião e circuito com vários meios de transporte), é possível concluir que os transportes privados (carro próprio, carro alugado e a caravana), num contexto durante/pós COVID-19 foram os mais utilizados pelos consumidores em comparação com o período pré COVID-19. Não obstante, o mesmo não se verifica para o Comboio, Autocarro, Avião e Circuito, tendo sido mais utilizados num contexto pré-pandemia, uma vez que, a COVID-19 ainda não predominava neste momento inicial e o medo perante a mesma era inexistente, logo, a utilização de transportes públicos era vista, aos olhos do turista, como algo natural e seguro. Contudo, é importante referir que, de acordo com os dados obtidos no questionário, o transporte de preferência dos inquiridos num contexto durante/pós COVID-19 é o carro próprio, tendo havido um aumento de escolha por parte dos inquiridos por este transporte durante a pandemia. Estas conclusões relativamente ao transporte, vão de encontro com os estudos levado a cabo por De Vos (2020) e pela *Developing Natural Activities (DNA, 2020)*, onde é destacado o facto dos transportes públicos, num cenário COVID-19 serem evitados e substituídos pelos transportes privados. O carro próprio irá, sem dúvida, continuar a ser o transporte mais seguro e que irá proporcionar maior segurança às pessoas na hora de viajar.

No que respeita ao nível de segurança para a prática de diversas atividades de lazer, é possível concluir que, num contexto durante/pós COVID-19, na sua maioria as atividades de lazer foram menos praticadas em comparação com o contexto pré COVID-19. Devido ao encerramento de praticamente todos os estabelecimentos e locais de convívio, juntamente com o estado de emergência e as restrições implementadas pelos governos em todo o mundo,

levaram a que qualquer atividade ficasse inacessível. No entanto, as atividades em espaços fechados e com grandes aglomerados de pessoas sobressaem como sendo atividades de uma maior perceção de risco, tais como concertos e espetáculos, eventos desportivos, centros urbanos/históricos, compras em centros e ruas comerciais, casinos e casas de jogo, discotecas e locais de entretenimento noturno. Por outro lado, as atividades de natureza, seja a prática de desportos, frequentar praias oceânicas e fluviais, apesar do impacto negativo da pandemia, são, ainda assim, consideradas atividades menos inseguras, uma vez que permitem aos turistas conviver em espaços abertos e arejados.

Estas conclusões acabam por ir ao encontro do estudo realizado Seabra et al. (2021a) e ao trabalho realizado pelo *Grupo Interface Tourism* apresentado pela *Tendance Hotellerie* (2020), onde é ressaltado que todas as atividades que envolvam locais fechados ou grandes aglomerados tornaram-se altamente inseguros, contrariamente à escolha de atividades relacionadas com o ar livre e a destinos naturais.

Com esta escolha por parte dos inquiridos, pode-se concluir que, num futuro próximo, os consumidores irão, de alguma maneira, manter o distanciamento social e não irão estar em locais ou estabelecimentos fechados ou pouco arejados. No entanto, os mesmos escolhem realizar visitas a centros históricos ou a galerias, em muito pelo facto destes locais lhes conseguirem proporcionar uma maior segurança, higienização, e por existir um controlo do número de visitantes. Outra das premissas deste estudo consistiu na avaliação do nível de aceitação das restrições e medidas de segurança impostas pelo governo. Os resultados indicam uma aquiescência por parte dos turistas no Centro de Portugal face às medidas impostas, em linha com estudos anteriores (Seabra et al., 2021a; Seabra et al. 2021c). Mais uma vez, destaca-se o distanciamento social e o uso obrigatório de máscara, de modo a protegerem-se individualmente, mas também a todos os que o rodeiam. A constante limpeza e desinfestação também é algo bastante evidenciado, demonstrando a preocupação por parte da população. Tudo o que envolve contacto físico rapidamente ficou abolido, devido ao medo das possíveis consequências. Tal como referido no Capítulo III, o teletrabalho e as aulas *online* começam, também, a ser evidenciadas, sendo uma forma de manter o distanciamento social e evitar a propagação da doença.

Por último, foram analisadas as perceções de segurança quando o inquirido viajava no seu país e no estrangeiro. Tal como Nazneen et al. (2020) realça, a COVID-19 acabou por criar uma ansiedade em todo o mundo, e viajar passou a ser considerado inseguro.

Relativamente aos dados retirados do questionário quanto à perceção de segurança, os consumidores têm uma visão de insegurança mais elevada quando viajam no estrangeiro face

ao território nacional. Muitos dos inquiridos têm uma perceção de insegurança maior quando questionados sobre viajar no estrangeiro. Tal como evidenciado no capítulo III, viajar no próprio país, fomentando o turismo nacional, irá tornar-se, numa primeira estância, a escolha de eleição por parte dos consumidores. Será importante para o comércio nacional obter esta ajuda por parte dos portugueses, de modo a conseguir equilibrar a economia do país.

Finda a discussão dos resultados é possível concluir que, efetivamente, os turistas alteraram os seus comportamentos de viagem face à COVID-19, o que acaba por ir ao encontro com outros estudos que os riscos de saúde são especialmente impactantes nos comportamentos e hábitos dos turistas (Park & Reisinger, 2010; Ritchie & Jiang, 2019; Chua et al, 2020; Abrantes et al., 2021). A mudança de hábitos de viagem e as suas perceções de segurança na prática de atividades de lazer, antes consideradas muito seguras, foram gravemente afetadas, indo, de igual modo, em linha com outros estudos (Chebli & Said, 2020; Gössling et al., 2020; Mishra, 2020; Neuburger & Egger, 2020, Seabra et al., 2021c).

Até à presente data existem poucos estudos na literatura sobre o impacto da COVID-19 no setor do turismo na região Centro de Portugal, nomeadamente, o impacto que esta terá nos comportamentos dos consumidores. Esta investigação torna-se, assim, inovadora, uma vez que aborda a problemática circunscrita à Região Centro de Portugal, vindo colmatar uma lacuna na investigação científica. No entanto, almejou-se contribuir para a ciência através do desenvolvimento de uma metodologia empírica que permitisse analisar a relação entre as Pandemias, Perceção de Risco e Importância da Segurança com o comportamento do consumidor. Contudo, apesar de já existirem alguns trabalhos referentes aos impactos da COVID-19 em Portugal, ainda não existe nenhum para esta região especificamente, juntamente com a inexistência de trabalhos acerca das mudanças de comportamento dos consumidores.

2. Implicações para a Gestão

Os principais indicadores apurados neste estudo poderão fornecer pistas importantes para os gestores das organizações turísticas de modo a readaptarem as suas estratégias de marketing, reconquistando, assim, os mercados desta região. Deste modo, poder-se-á estabelecer algumas recomendações para o desenvolvimento de ações para os gestores de empresas do setor turístico, com a finalidade de atrair novos turistas.

Como foi possível verificar com este estudo, a COVID-19 pode ter sido o momento de viragem no setor do turismo. Os destinos rurais e naturais veem agora a possibilidade de se reacenderem, podendo, até, colmatar a grande assimetria presente em todo o território português. Muitas empresas encontravam-se extremamente voltadas para os mercados

internacionais, por isso, pode ter chegado o momento de se reposicionarem e reconquistarem o mercado doméstico.

A vontade de viajar continua intrínseca ao humano e, como foi apurado ao longo de toda esta investigação, sobretudo com os resultados obtidos através do questionário, a segurança e a higiene irão começar a ser fatores decisivos na escolha de um destino ou de um estabelecimento. Antes de mais, as empresas do setor turístico devem debruçar-se sobre um plano de higienização e sanitário. Devem definir medidas e depois saber comunicá-las ao público.

Apesar de se pensar num mundo pós COVID-19, muitos indivíduos irão encontrar-se receosos, logo, cabe às entidades responsáveis do destino, proporcionarem o melhor para os seus visitantes. As experiências que muitas empresas ofereciam aos visitantes e ao mercado provavelmente já estão ultrapassadas, obsoletas, e não vão responder aos desejos e as necessidades que os clientes vão passar a sentir daqui para a frente. Neste sentido, fica aqui um apelo à criatividade dos empresários, pensar “*out of the box*”, de modo a fornecerem experiências quase exclusivas aos potenciais turistas. Estas experiências podem passar pelo contacto com a natureza e atividades de bem-estar, ligadas à vida saudável e à sustentabilidade.

Estão criadas condições excecionais para que um turismo renovado e recalibrado possa emergir: um turismo mais leve (menos turistas), talvez mais lento (deslocações mais demoradas, permanências mais longas), certamente mais próximo (turismo doméstico, de curta distância), menos dependente do transporte aéreo (Brito-Henriques, 2021).

Desta forma, segundo Brito-Henriques (2021), a COVID-19 pode ter resultado num ponto de bifurcação entre o turismo atual e um novo turismo. As pessoas vão ter medo de viajar e de se deslocar para locais longes e massificados. O turismo de natureza e o turismo rural vão ser alvo da procura dos turistas para realizarem as suas viagens de lazer. O alojamento próprio vai ser bastante procurado contrariamente aos estabelecimentos hoteleiros encontrados nas grandes cidades. Os destinos turísticos terão de trabalhar para que o turista volte a sentir segurança e confiança, sendo a comunicação a chave para uma maior divulgação pública para que seja possível voltar a ganhar a confiança de quem quer viajar.

É necessário existir um maior e melhor investimento por parte dos *stakeholders* no interior de Portugal, promovendo assim, locais considerados não massificados. É importante referir que os destinos naturais e rurais irão ser numa primeira estância a primeira escolha dos consumidores, logo deve-se apostar na segurança e na higiene de locais propícios a serem visitados pelos mesmos e até mesmo os estabelecimentos turísticos, como o alojamento local. Considerações já retiradas de estudos anteriores (Almeida & Silva, 2020; Teixeira et al., 2020).

As campanhas de marketing e de promoção *online* vão ser fundamentais para destacar as mais variadas qualidades do país. As várias campanhas realizadas pelo Turismo de Portugal e pelo Turismo Centro de Portugal tornam-se fundamentais para demonstrar as mais variadas qualidades de Portugal como destino turístico, tais como a sua localização geográfica, o seu clima, a variedade paisagística, cultural, arquitetónica, gastronómica, histórica, museológica, hospitalidade e segurança, tanto para o mercado nacional como também para o mercado estrangeiro.

Os vários trabalhos acerca da mudança de comportamento dos consumidores face à COVID-10 demonstram que, numa primeira fase, a escolha dos destinos irá ter como base o risco de saúde. As grandes plataformas digitais ajudaram, em muito, na publicidade e propaganda dos vários acontecimentos presentes em todo o mundo, criando e fomentando o medo nas pessoas. Assim, aquando da decisão dos consumidores em viajar, irá tornar-se fundamental os mesmos instruírem-se relativamente às infraestruturas de apoio do destino caso estes sofram alguma doença. Destinos como Itália, Espanha, EUA onde os serviços nacionais de saúde não estiveram à altura da ameaça, posteriormente, poderão vir a ser destinos marcados negativamente. Sabe-se que foram vários os setores que foram gravemente afetados, destacando-se o setor do Alojamento e das Viagens, devendo, de certa forma, tomar medidas adequadas nos seus estabelecimentos de modo a protegerem-se de forma individual, tal com o já concluído em estudos anteriores realizado (Seabra et al., 2021a).

A vontade de viajar por parte das pessoas irá continuar iminente. Não obstante, os consumidores irão ter medo e receio de se deslocarem para locais longes e massificados. Numa primeira fase de reabertura e início da atividade turística, o turismo de natureza e o turismo rural vão ser alvo da procura dos turistas para realizarem as suas viagens de lazer. O facto de serem locais arejados e locais pouco massificados, podem proporcionar ao turista uma maior segurança. O alojamento rural vai ser bastante procurado contrariamente aos estabelecimentos hoteleiros encontrados nas grandes cidades. Os destinos turísticos e as empresas vão ter que voltar a ganhar a confiança do turista e vão ter que a saber comunicar de um modo credível, terão, também tomar medidas em prol da segurança, tanto dos funcionários como dos próprios clientes.

A possibilidade de implementar medidas e práticas de higienização seria uma mais-valia para as empresas, o que iria traduzir-se numa maior segurança por parte dos turistas. O mercado nacional será, numa primeira fase, o grande impulsionador para que as empresas se consigam erguer. Perante esta situação e tendo em conta que os países se vão reerguer em diferentes

alturas e velocidades, é necessário que o mercado nacional auxilie as empresas que foram forçadas a encerrar, gerando prejuízos incalculáveis.

As entidades do Turismo do Centro de Portugal e do Turismo Portugal podem ver aqui uma grande potencialidade de criar estratégias e campanhas de comunicação tendo em conta a nova realidade num mundo pós COVID-19. A criação de pacotes de animação, com várias atividades integradas, podem ser uma mais-valia para que os turistas, que procuram agora fugir a locais massificados e a grandes aglomerados. Estas entidades devem reativar todos os canais institucionais uma vez que a tecnologia vai continuar a imperar. Portanto todas as empresas ou destinos que ainda não estavam perfeitamente à vontade com os canais digitais, este é o momento para se transformarem e para se adaptarem porque é a partir daqui, e só através destes canais, que a comunicação com os clientes vai acontecer.

3. Limitações e futuras linhas de investigação

É importante salientar que durante o processo de toda esta investigação existiram algumas limitações que devem ser consideradas. Encontramo-nos perante um tema pouco desenvolvido em termos teóricos, sendo extremamente recente e pioneiro.

Com o surgimento da COVID-19, muitos foram os autores que se dedicaram em pleno à realização de artigos nas mais variadas ciências. A constante modificação e o aparecimento de nova informação, influenciaram, em muito, a realização desta investigação.

No entanto, devido à escassez de bibliografia referente aos impactos da COVID-19 em Portugal e Centro de Portugal, foi necessário recorrer, via email, ao Gonçalo Gomes - Chefe do Núcleo do apoio ao Investidor do Turismo do Centro de Portugal para obter dados mais concisos e recentes relativamente aos impactos que o Centro obteve devido à pandemia. A inclusão de outras variáveis de consumo tais como as motivações, imagem do destino e satisfação poderão ser importantes para avaliar outras dimensões da atratividade do Centro de Portugal em tempos de pandemia.

Uma segunda limitação está relacionada com o número de questionários realizados. Uma amostra superior poderia, possivelmente, levar a uma melhor contrastação empírica do modelo. Ainda relacionado com o questionário surge uma outra limitação. Tal como foi abordado no capítulo da metodologia, sendo que toda a angariação de respostas para o questionário foi obtida meramente por via *online*, não havendo nenhuma recolha presencial, poderia ter sido benéfico para explicar e informar os inquiridos sobre o objetivo específico do estudo. Sugere-se que futuramente, outras metodologias de recolha empírica qualitativas e

quantitativas sejam utilizadas com amostras probabilísticas de forma a haver uma maior generalização de resultados.

A terceira limitação está relacionada com o facto de o estudo ter sido unicamente focado na Região Centro de Portugal, o que poderá limitar a generalização dos resultados até certo ponto. Seria importante no futuro uma amostra nacional ou até internacional para uma maior contrastação empírica.

Como perspetiva de investigação futura, o modelo empírico apresentado neste trabalho poderá ser aplicado noutras zonas geográficas de Portugal. Uma vez que a mudança de comportamento dos turistas irá predominar nos próximos anos, também seria interessante analisar o nível de resiliência do turismo a esta realidade, nomeadamente as empresas e toda a gestão dos destinos de modo a oferecer o que posteriormente os turistas vão procurar.

Numa visão mais aprofundada, seria igualmente oportuno analisar, de forma detalhada, todo o processo de compra por parte de um consumidor e, por conseguinte, analisar tudo o que envolve essa compra, nomeadamente as motivações num contexto pandémico.

Assim, dá-se por concluída uma investigação que procurou apresentar e demonstrar os impactos que a COVID-19 acarretou ao longo de 2020 e 2021 no setor do turismo e, por consequente, os impactos que a mesma teve e terá no comportamento dos consumidores, nomeadamente os turistas da Região Centro de Portugal, face as características das suas viagens e face as medidas de higiene e segurança que, num futuro próximo, ainda se irão encontrar bastante vinculadas na vida cidadina da Humanidade.

Bibliografia/Fontes Consultadas

- Abrantes, M., Abrantes, J., Silva, C., Reis, P., & Seabra, C. (2021). Health Risks, Pandemics and Epidemics affecting Tourism: Understanding COVID-19 pandemic. Em Seabra, C., Silva, C., Paiva, O., & Abrantes, J., (Eds.), *Pandemics and Travel: COVID-19 Impacts in the Tourism Industry* (pp. 7-28). London: EMERALD Publishing.
- Adam, I. (2015). Backpackers' risk perceptions and risk reduction strategies in Ghana. *Tourism Management*, 49, 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.016>
- Adam, I., Baiden, F., B. Dayour, F., & Elizabeth, A. (2021). Perceived impacts of COVID-19 on risk perceptions, emotions, and travel intentions: evidence from Macau higher educational institutions. *Tourism Recreation Research*, 1-17. DOI:10.1080/02508281.2021.1872263
- Adeloye, D., & Brown, L. (2018). Terrorism and domestic tourist risk perceptions. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16 (3), 217-233. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1304399>
- Águas, P., & Brás, M. (2007). Percepção de segurança pública dos turistas estrangeiros no Algarve. *Tourism & Management Studies*, 3, 97-108. <https://www.researchgate.net/publication/277158778>
- Ala, A., Abukhalifeh, E., Martinez, F., Albattat, A., & Salam, T. (2018). Current Issue in Tourism: Diseases Transformation as a Potential Risks for Travellers. *Global and Stochastic Analysis (GSA) - MUK Publications*, 5(7), 341-350. <https://www.researchgate.net/publication/321713009>
- Albzeirat, M., K., Al-Tarawneh, M., S., Khalid, N., Zulkepli, N., N., & Islam, D., M., Z. (2020). COVID-19 Story The Unknown Killer and Future Studies. *International Journal of Multidisciplinary Sciences and Advanced Technology. Special Issue Covid-19*, 1(1), 01-18. <https://www.researchgate.net/publication/340492716>
- Aleanizy, F., S., Mohmed, N., Alqahtani, F., Y., & Mohamed, R., A., E., H. (2017). Outbreak of Middle East respiratory syndrome coronavirus in Saudi Arabia: a retrospective study. *BMC infectious diseases*, 17(1), 1-7. DOI 10.1186/s12879-016-2137-3
- Almeida, F. & Silva, O. (2020). The Impact of COVID-19 on Tourism Sustainability: Evidence from Portugal. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 8(2), 440-446. DOI: 10.30519/ahtr.775340
- Almeida, J., F., & Pinto, J., M. (1975). Teoria e investigação empírica nas ciências sociais. *Análise social*, 10(42-43), 365-445. <http://hdl.handle.net/10071/6755>
- Amorim, E., Soares, C., & Tarlow, P. (2015). *Segurança: Um Desafio para os Setores de Lazer, Viagens e Turismo* (1ª Ed.). Instituto Politécnico de Tomar/Escola Superior de Gestão de Tomar
- Amodio, E., Vitale, F., Cimino, L., Casuccio, A., & Tramuto, F. (2020). Outbreak of novel coronavirus (SARS-Cov-2): first evidences from international scientific literature and pending questions. *Healthcare* 8(1), 1-7. doi:10.3390/healthcare8010051
- An, M., Lee, C., & Noh, Y. (2010). Risk factors at the travel destination: their impact on air travel satisfaction and repurchase intention. *Service Business*, 4(2), 155-166. DOI 10.1007/s11628-010-0094-2
- ANA - Aeroportos de Portugal. (2016). Obtido em 26 de Novembro de 2020, de Sobre a ANA: <https://www.ana.pt/pt/institucional/a-ana/sobre-a-ana>

- ANA - Aeroportos de Portugal. (2021). Atualização COVID-19: Medidas Implementadas. https://www.ana.pt/pt/system/files/documents/covid19-situacaoportugal_pt_02setembro21.pdf
- Anderson, R., M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T., D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic?. *The Lancet*, 395(10228), 931-934. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30567-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30567-5)
- Arada, A., D., P., R. (2014). *Comportamento de Compra Online dos Turistas da Cidade de Lisboa*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/15085>
- Bajardi, P., Poletto, C., Ramasco, J., J., Tizzoni, M., Colizza, V., & Vespignani, A. (2011). Human mobility networks, travel restrictions, and the global spread of 2009 H1N1 pandemic. *PloS one*, 6(1), e16591. DOI: 10.1371/journal.pone.0016591
- Baldwin, R., & Weder di Mauro, B. (2020). *Economics in the time of COVID-19*. London, Centre for Economic Policy Research
- Balkhair, A., A. (2020). COVID-19 Pandemic: A New Chapter in the History of Infectious Diseases. *Oman Medical Journal*, 35(2), 123. DOI: 10.5001/omj.2020.41
- Banco de Portugal. (Dezembro, 2020). Boletim económico. Lisboa: Banco de Portugal. https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be_dez2020_p.pdf
- Barberis, I., Myles, P., Ault, S., K., Bragazzi, N., L., & Martini, M. (2016). History and evolution of influenza control through vaccination: from the first monovalent vaccine to universal vaccines. *Journal of preventive medicine and hygiene*, 57(3), 115-120. DOI:10.1111/j.1750-2659.2011.00277.x
- Barbosa, A., M., S., F., V., A. (2012). *A relação e a comunicação interpessoais entre o supervisor pedagógico e o aluno estagiário*. [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Educação João de Deus]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/2472>
- Barua, S. (2020). Understanding Coronanomics: The economic implications of the coronavirus (COVID-19) pandemic. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3566477>
- Beerli, A., & Martín, J., D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25(5), 623–636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.06.004>
- Bell, C., & Lewis, M. (2004). The Economic Implications of Epidemics Old and New: A Critical Response. *SSRN* 54. 1-41. DOI:10.2139/ssrn.1112799
- Berry, M., Gamielien, J., & Fielding, B., C. (2015). Identification of new respiratory viruses in the new millennium. *Viruses. MDPI*, 7(3), 996-1019. DOI: 10.3390/v7030996
- Bogoch, I., I., Watts, A., Thomas-Bachli, A., Huber, C., Kraemer, M. U., & Khan, K. (2020). Pneumonia of unknown aetiology in Wuhan, China: potential for international spread via commercial air travel. *Journal of travel medicine*, 27(2). DOI: 10.1093/jtm/taaa008
- Bradley, B., T., & Bryan, A. (2019). Emerging respiratory infections: The infectious disease pathology of SARS, MERS, pandemic influenza, and Legionella. *Seminars in diagnostic pathology*, (36)3, 152-159. <https://doi.org/10.1053/j.semmp.2019.04.006>

- Brás, M., F., D. (2012). Turismo e segurança: efeito da perceção de risco na escolha do destino turístico: o caso do Algarve. [Dissertação de Doutoramento, Universidade do Algarve]. Sapientia. <http://hdl.handle.net/10400.1/7599>
- Brito, B. (2004). *Turismo Ecológico: uma via para o desenvolvimento sustentável em São Tomé e Príncipe*. [Dissertação de Doutoramento, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa]. Repositório do ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/620>
- Brito-Henriques, E. (2021). COVID-19, turismo e sustentabilidade: tudo está interligado. *Finisterra*, 55(115), 205–210. <https://doi.org/10.18055/Finis20311>
- Brito-Henriques, E., Boavida-Portugal, I., & Arrobas, F. (2020). *COVID-19 e turismo: danos reputacionais e efeitos da pandemia nos planos de férias e viagens*. TERRITUR Policy Brief: Centro de Estudos Geográficos. DOI: 10.33787/CEG20200001
- Broxmeyer, L. (2006). Bird flu, influenza and 1918: The case for mutant Avian tuberculosis. *Medical Hypotheses*, 67(5), 1006-1015. <https://doi.org/10.1016/j.mehy.2006.05.002>
- Brug, J., Aro, A., R., & Richardus, J., H. (2009). Risk perceptions and behaviour: towards pandemic control of emerging infectious diseases. *International Society of Behavioral Medicine*, (16)3, 3-6. DOI: 10.1007/s12529-008-9000-x
- Camilleri, M., A. (2018). The tourism industry: An overview. (2018). Em Camilleri, M., A. (Ed.), *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (pp.3-27). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2>
- Carballo, R., R., León, C., J., & Carballo, M., M. (2017). The perception of risk by international travellers. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5), 534–542. doi:10.1108/whatt-07-2017-0032
- Cartwright, R. (2000). Reducing the health risks associated with travel. *Tourism Economics*, 6(2), 159-167. <https://doi.org/10.5367/000000000101297550>
- Carvalho, V., L., F. (2018). *Impactos do Terrorismo no Turismo: perceção do risco pelos turistas portugueses*. [Dissertação de Doutorado. Instituto Politécnico do Porto]. Repositório Científico. <http://hdl.handle.net/10400.22/12367>
- CCDR - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2020). Boletim trimestral 46. CCDRC - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro.
- CCDR - Comissão de coordenação e desenvolvimento regional do centro (27 de novembro de 2011). *CCDR - Comissão de coordenação e desenvolvimento regional do centro*. Obtido a 9 de março de 2021, de A Rede Natura 2000: http://www.ccdr.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=1708:aredenatura2000&catid=695&Itemid=327&showall=1&limitstart
- CCDR - Comissão de coordenação e desenvolvimento regional do centro (s/d). *CCDR - Comissão de coordenação e desenvolvimento regional do centro*. Obtido a 10 de fevereiro de 2021, de Mapa da região Centro: Comunidades Intermunicipais 2014-2020 (8 CIM/100 Municípios): http://www.ccdr.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=2634:mapa-regiao-centro-ambito-da-ccdr-77-municipios-municipios&catid=726:regiao-centro-ambito-da-ccdr-77-municipios&Itemid=249&lang=pt
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (18 de julho de 2018). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de 1918 Pandemic Flu Partner Webinar: <https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1918-commemoration/1918-webinar.htm>

- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (20 de março de 2019a). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de 1918 Pandemic (H1N1 vírus): <https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1918-pandemic-h1n1.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (2 de janeiro de 2019b). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de 1968 Pandemic (H3N2 vírus): <https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1968-pandemic.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (11 de junho de 2019c). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de 2009 H1N1 Pandemic (H1N1pdm09 vírus). <https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/2009-h1n1-pandemic.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (7 de maio de 2019d). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de How Is Pandemic Flu Different from Seasonal Flu?: <https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/basics/about.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças. (18 de abril de 2017). Obtido a 15 de dezembro de 2020 de Infecções pelo vírus da gripe aviária A em humanos: <https://www.cdc.gov/flu/avianflu/avian-in-humans.htm>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (10 de fevereiro de 2021a). Obtido a 26 de fevereiro de 2021, de Sobre a gripe: <https://www.cdc.gov/flu/about/index.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (22 de fevereiro de 2021b). Obtido a 26 de fevereiro de 2021, de Symptoms of Coronavirus: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/symptoms-testing/symptoms.html>
- CCPD - Centro de Controle e Prevenção de Doenças (18 de novembro de 2019e). Obtido a 15 de dezembro de 2020, de Types of Influenza Viruses: <https://www.cdc.gov/flu/about/viruses/types.htm>
- Cerdeiro, M., I., C. (2014). *A importância da imagem na definição de um destino como turístico: estudo de caso Monte Real*. [Dissertação de Mestrado, Politécnico de Leiria]. IC – Online. <http://hdl.handle.net/10400.8/2030>
- Çetinsöz, B., C., & Ege, Z. (2013). Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions. *Anatolia*, 24(2), 173-187. DOI: 10.1080/13032917.2012.743921
- Cetron, M., Maloney, S., Koppaka, R., & Simone, P. (2004). The WHO Response to SARS and Preparations for the Future. Em Knobler, S., Mahmoud, A., Lemon, S., Mack, A., Sivitz, L., Oberholtzer, K (Eds.). *SARS: Emergence, Detection, and Response* (pp. 71-83). Washington: National Academies Press. DOI:10.17226/10915
- Chebli, A. & Said, B., F. (2020). The impact of Covid-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207. <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/102910/>
- Chien, P., Sharifpour, M., Ritchie, B., & Watson, B. (2017). Travelers' health risk perceptions and protective behavior: a psychological approach. *Journal of Travel Research*, 56(6), 744-759. <https://doi.org/10.1177/0047287516665479>
- Choe, Y., Wang, J., & Song, H. J. (2020). The impact of the Middle East Respiratory Syndrome coronavirus on inbound tourism in South Korea toward sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1– 17. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1797057>

- Chua, B., L., Al-Ansi, A., Lee, M., J., & Han, H. (2020). Impact of health risk perception on avoidance of international travel in the wake of a pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 985–1002. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829570>
- Coghlan, A., Buckley, R., & Weaver, D. (2012). A framework for analyzing awe in tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1710-1714.
- Coleman, C., M., & Frieman, M., B. (2014). Coronaviruses: important emerging human pathogens. *Journal of virology*, 88(10), 5209-5212. DOI: 10.1128/JVI.03488-13
- Comissão Nacional da Unesco: Ministério dos negócios estrangeiros (s/d). *Comissão Nacional da Unesco*. Obtido a 19 de junho de 2021, de Universidade de Coimbra: <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-mundial-em-portugal/universidade-de-coimbra>
- Correia, A., & Homem, P. B. (2018). *Turismo no Centro de Portugal: potencialidades e tendências* Actual Editora. ISBN-13: 978-9896943042
- Côrte-Real, A., R., M., R. (2013). *Turismo de Elite e Segmentação da Oferta*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral/Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/36110>
- Cui, J., Li, F., & Shi, Z., L. (2018). Origin and evolution of pathogenic coronaviruses. *Nature Reviews Microbiology*, 17(3), 181-192. <https://doi.org/10.1038/s41579-018-0118-9>
- Cunha, B., A. (2004). Influenza: historical aspects of epidemics and pandemics. *Infectious Disease Clinics*, 18(1), 141-155. 10.1016/S0891-5520(03)00095-3
- Cunha, C., B., & Opal, S., M. (2014). Middle East respiratory syndrome (MERS) A new zoonotic viral pneumonia. *Virulence*, 5(6), 650-654. DOI:10.4161/viru.32077
- Decreto do Presidente da República n.º 51-U/2020 (2020). Diário da República: I série, nº217. <https://data.dre.pt/application/conteudo/147933283>
- Decreto do Presidente da República n.º 9-A/2021. (2021). Diário da República: I série, nº 19. <https://data.dre.pt/application/conteudo/155737377>
- Decreto n.º 2-A/2020. (2020). Regulamenta a aplicação do estado de emergência decretado pelo Presidente da República. Diário da República: I série, n.º 57. https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/130473378/202010071445/exportPdf/normal/1/cacheLevelPage?_LegislacaoConsolidada_WAR_d_refrontofficeportlet_rp=indice
- Decreto-Lei n.º 11/2020 (2020). Diário da República: I série, nº236- A. <https://dre.pt/application/conteudo/150509308>
- Decreto-Lei n.º 244/2002 do Ministério das cidades, ordenamento do território e ambiente. (2002). Diário da República: I série- A, nº 255. <https://ia802806.us.archive.org/20/items/DecretoLei2442002/Decreto%20Lei%20244-2002.pdf>
- Decreto-Lei n.º 384-B/99 de Ministério do Ambiente. (1999). Diário da República: I série- A, nº223. <https://dre.pt/application/conteudo/154987>
- Decreto-Lei n.º 39/2008 (2008). Diário da República: I série, n.º 48. <https://dre.pt/application/conteudo/247248>

- Decreto-Lei n.º 3-B/2021. (2021). Diário da República: I série, nº 12. <https://dre.pt/application/conteudo/154483156>
- Decreto-Lei n.º 3-C/2021 (2021). Diário da República: I série, nº 15. <https://dre.pt/application/conteudo/154946853>
- Decreto-Lei n.º 41/79 de Ministérios da Agricultura e Pescas e da Habitação e Obras Públicas (1979). Diário da República: I série I, n.º 54. <https://dre.pt/application/conteudo/383646>
- Decreto-Lei n.º 8/2020. (2020). Diário da República: I série, nº217- A. <https://data.dre.pt/application/conteudo/147968348>
- Decreto-Lei n.º 9/2020. (2020). Diário da República: I série, nº227- A. <https://dre.pt/application/conteudo/149103950>
- Despacho n.º 3427-A/2020. Gabinetes dos Ministros da Defesa Nacional e da Administração Interna, da Ministra da Saúde e do Secretário de Estado Adjunto e das Comunicações (18 de março de 2020). Diário da República: II série, nº 55. <https://dre.pt/application/file/a/130401399>
- Despacho n.º 8001-A/2020. Gabinetes do Ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros, dos Ministros da Defesa Nacional e da Administração Interna, da Ministra da Saúde e do Ministro das Infraestruturas e da Habitação. (14 de agosto de 2020). Diário da República: II série, nº 158. <https://dre.pt/application/conteudo/140431117>
- De Vos, J. (2020). The effect of COVID-19 and subsequent social distancing on travel behavior. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5 (100121), 1-3. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100121>
- DGS - Direção Geral de Saúde (2020a). *NOVO CORONAVÍRUS COVID-19*. Lisboa: Direção Geral da Saúde <https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/03/17.03-Hotelaria-.pdf>
- DGS - Direção Geral da Saúde (2010). *Relatório da Pandemia da Gripe em Portugal 2009*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2021a). *Relatório de Situação nº 310 | 06/01/2021*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2021b). *Relatório de Situação nº 312 | 08/01/2021*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2021c). *Relatório de Situação nº 323 | 19/01/2021*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2021d). *Relatório de Situação nº 332 | 28/01/2021*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2021e). *Relatório de Vacinação nº 34 (27/12/2020 a 03/10/2021)*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- DGS - Direção Geral de Saúde (2020b). *Saúde e Trabalho: Medidas de Prevenção da COVID-19 nas empresas*. Lisboa: Direção Geral da Saúde
- Dias, I. (1994). O inquérito por questionário: problemas teóricos e metodológicos gerais. [Trabalho académico, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/104265>

- DNA – Developing Natural Activities (2020). *La Industria Turística y el COVID 19, La opinión de la demanda: Intención de compra de productos y servicios turísticos – Nuevos hábitos de consumo turístico*. Espanha: DNA – Developing Natural Activities.
- Doherty, P., C. (2013). *Pandemics: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/wentk/9780199898107.001.0001
- Eifan, S., A., Nour, I., Hanif, A., Zamzam, A., M., & AlJohani, S., M. (2017). A pandemic risk assessment of Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV) in Saudi Arabia. *Saudi journal of biological sciences*, 24(7), 1631-1638. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sjbs.2017.06.001>
- Esteves, E., T. (2002). *Oferta e procura do sector turístico no distrito de Bragança*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. Biblioteca Digital do IPB. <http://hdl.handle.net/10198/7792>
- European Travel Commission. (2020a). *European Tourism: Trends & Prospects: Quarterly report (Q2/2020)*. Bruxelas: European Travel Commission.
- European Travel Commission. (2020b). *Monitoring sentiment for domestic and intra-European travel 09/20 | WAVE 1*. Brussels: European Travel Commission.
- Eusébio, A., M. (2006). *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional: O caso da Região Centro de Portugal*. [Dissertação de Doutoramento, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1839/1/2007000092.pdf>
- Eusébio, C., Kastenholz, E., Carneiro, M., J. (maio de 2003). *A relevância da investigação no ensino do turismo: algumas estratégias de intervenção na realização do inquérito*. [Papel da Conferência]. ACTAS das 3ª Jornadas Ibéricas do Turismo, Instituto Politécnico de Coimbra/Escola Superior de Educação, Coimbra, Portugal. <https://www.researchgate.net/publication/259231126>
- Fehr, A., R., & Perlman, S. (2015). Coronaviruses: an overview of their replication and pathogenesis. In: Maier, H., J., Bickerton, E., & Britton, P. (Eds.), *Coronaviruses: Methods and Protocols* (pp. 1-23). Humana Press, New York, NY. DOI 10.1007/978-1-4939-2438-7_1
- Fernandes, A., M., L., V. (2015). *The p-value for the sign test*. Portugal: Instituto Superior Técnico de Lisboa
- Field, A. (2009). *Descobrimo a estatística usando o SPSS (2ª ed.)*. Porto Alegre: Artmed. ISBN 0-71619-4452-4
- Findlater, A., & Bogoch, I., I. (2018). Human mobility and the global spread of infectious diseases: a focus on air travel. *Trends in parasitology*, 34(9), 772-783. <https://doi.org/10.1016/j.pt.2018.07.004>
- Fong, M. W., Gao, H., Wong, J. Y., Xiao, J., Shiu, E., Y., C., Ryu, S., & Cowling, B. J. (2020). Nonpharmaceutical Measures for Pandemic Influenza in Nonhealthcare Settings—Social Distancing Measures. *Emerging Infectious Diseases*, 26(5), 976-984. <https://doi.org/10.3201/eid2605.190995>
- Fonseca, R., F., P. (2011). *Marca Portugal e a sua repercussão na conjuntura contemporânea*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/18053>
- Freitas, M., G. (2007). Sumário executivo. Em Direção Geral da Saúde, *Pandemia de Gripe – Plano de Contingência nacional do setor da saúde para a pandemia de gripe*. (13-16). <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-de-contingencia-nacional-do-sector-da-saude-para-a-pandemia-de-gripe-pdf.aspx>

- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism management*, 24(5), 575-585.
- GlobalSecurity.Org. (13 de julho de 2011a). *GlobalSecurity.Org*. Obtido a 10 de outubro de 2020, de 1957 Asian Flu Pandemic: https://www.globalsecurity.org/security/ops/hsc-scen-3_pandemic-1957.htm
- GlobalSecurity.Org. (13 de julho de 2011b). *GlobalSecurity.Org*. Obtido a 10 de outubro de 2020, de 1968 Hong Kong Flu. https://www.globalsecurity.org/security/ops/hsc-scen-3_pandemic-1968.htm
- Gobato, R., & Mitra, A. (2020). The Inside Story of Coronavirus Pandemic. *Research Gate*. 1-7. DOI: 10.13140/RG.2.2.24852.04489
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID- 19. *Journal of Sustainable Tourism*, (29)1, 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Gomes, B., S. (2021). *O impacto do novo Coronavírus (Covid-19) na hotelaria através da perspetiva dos colaboradores* [Dissertação de Mestrado, Universidade Portucalense]. DSpace Repository. <http://hdl.handle.net/11328/3566>
- Gouveia, M., Aragonez, T., & Saur-Amaral, I. (2015). A imagem da Região Centro de Portugal: a perspetiva dos seus residentes. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 93-102. DOI: 10.18089/tms.2015.11212
- Gullot, C., C., & Serpa, G., R. (2020). Principales pandemias en la historia de la humanidad. *Revista Cubana de Pediatría*, 92, 1-24. <http://www.revpediatria.sld.cu/index.php/ped/article/view/1183>
- Hai, W., Zhao, Z., Wang, J., & Hou, Z.-G. (2004). The Short-Term Impact of SARS on the Chinese Economy. *Asian Economic Papers*, 3(1), 57–61. DOI: 10.1162/1535351041747905
- Hall, C., M., Scott, D., & Gössling, S. (2020): Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, (22)3, 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hall, M (2006). *Tourism, disease and global environmental change The fourth transition?* Em Gössling, S., & Hall, M., C. (Eds.), *Tourism and global environmental change* (pp. 159-179). Londres e Nova Iorque: Routledge
- Hays, J. N. (2005). *Epidemics and pandemics: their impacts on human history*. (1ª ed.). Abc-clio.
- Higgins-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>
- Hill, M., M., & Hill, A. (1998). *A construção de um questionário*. Centro de Estudos sobre a Mundaça socioeconómica. Fundação para a Ciência e a Tecnologia. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/469/4/DINAMIA_WP_1998-11.pdf
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviours, institutions, and organizations across nations*. (2ªed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hui, D., S., Rossi, G., A., & Johnston, S., L. (2016). *SARS, MERS and Other Viral Lung Infections*. European Respiratory Society. UK: Latimer Trend and Company Limited, Plymouth

- Huremović D. (2019) Brief History of Pandemics (Pandemics Throughout History). In: Huremović D. (eds) *Psychiatry of Pandemics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15346-5_2
- Inature (2021). *Inature*. Obtido a 2 de maio de 2021, de O turismo clássico, como o conhecemos, acabou: <https://inature.pt/inature/noticias/noticia/?nid=2451>
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2020a). - *Estatísticas do Turismo: 2019*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2021a). - *Estatísticas do Turismo: 2020*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (6 de novembro de 2020b). *Síntese INE COVID-19*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2 de dezembro de 2020c). *Síntese INE COVID-19*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (25 de janeiro de 2021b). *Síntese INE COVID-19*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (23 de julho de 2021c). *Síntese INE COVID-19*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (15 de setembro de 2021d). *Síntese INE COVID-19*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Ivanova, M., Ivanov, I. K., & Ivanov, S. (2021). Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. *Anatolia*, 32(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1818267>
- Jahangir, M., A., Muheem, A., & Rizvi, M., F. (2020). Coronavirus (COVID-19): history, current knowledge and pipeline medications. *International Journal of Pharmaceutics & Pharmacology*, 4(1), 1-9. doi:10.31531/2581-3080.1000140
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, (6)2, 181-188. DOI 10.1108/JTF-02-2020-0014
- Joo, H., Maskery, B., A., Berro, A., D., Rotz, L., D., Lee, Y. K., & Brown, C., M. (2019). Economic Impact of the 2015 MERS Outbreak on the Republic of Korea's Tourism-Related Industries. *Health Security*, 17(2), 100–108. <https://doi.org/10.1089/hs.2018.0115>
- Joppe, M. (5 de fevereiro de 2020). *World Economic Forum*. Obtido a 6 de março de 2021, de Trapped tourists: how is the coronavirus affecting travel?: <https://www.weforum.org/agenda/2020/02/the-coronavirus-will-hit-the-tourism-and-travel-sector-hard>
- Kaizeler, A., C., P., R. (2015). *Efeitos da globalização nos países em desenvolvimento em termos de repartição do rendimento*. [Tese de Doutoramento, Instituto Superior de Economia e Gestão]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/9847>
- Karl, M., Kock, F., Ritchie, B., & Gauss, J. (2021). Affective forecasting and travel decision-making: An investigation in times of a pandemic. *Annals of Tourism Research*, 87, 103-139
- Kilbourne, E., D. (2006). Influenza Pandemics of the 20th Century. *Emerging Infectious Diseases*, 12(1), 9-14. <https://dx.doi.org/10.3201/eid1201.051254>.

- Kim, S., S., & Agrusa, J. (2005). The positioning of overseas honeymoon destinations. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 887-904. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.12.004>
- Koley, T., K., & Dhole, M. (2020). *In The COVID-19 Pandemic: The Deadly Coronavirus Outbreak*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Korstanje, M., E., Skoll, G., R., Schroeder, A., & Pennington-Gray, L. (2016). Tourism in a World of Risks. *Journal of Akdeniz University Tourism Faculty*, 4 (1). 52-69. https://www.researchgate.net/publication/304627408_Tourism_in_a_World_of_Risks_Essay_Review
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2012). *Administração de marketing*. (14ª Ed.) Pearson: São Paulo. ISBN 978-85-8143-000-3
- Kóvári, I., & Zimányi, K. (2011). Safety and security in the age of global tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 5(3-4), 59–61. <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2011/3-4/10>
- Kozak, M., Crotts, J. C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242. DOI: 10.1002/jtr.607
- Kumar, A. (2019). Factors Influencing Consumer Behaviour. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(8), 757-763. <https://www.jetir.org/papers/JETIR1907863.pdf>
- Kumar, D., Malviya R., Kumar Sharma, P. (2020). Corona Virus: A Review of COVID-19. *EJMO*, 4(1), 8-25. DOI: 10.14744/ejmo.2020.51418
- Kuo, H., I., Chen, C., C., Tseng, W., C., Ju, L., F., & Huang, B. W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917-928. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.10.006
- Kwok, K., O., Li, K., K., Chan, H., H., Yi, Y., Y., Tang, A., Wei, W., I., & Wong, Y., S. (2020). Community responses during the early phase of the COVID-19 epidemic in Hong Kong: risk perception, information exposure and preventive measures. *Emerging Infectious Diseases*, 26(7), 1575-1579. <https://doi.org/10.3201/eid2607.200500>.
- Lee, C., C., & Chen, M., P. (2020). Do Country Risks Matter for Tourism Development? International Evidence. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287520954539>
- Lee, J., W., & McKibbin, W., J. (2012). The impact of SARS in *China: new engine of world growth*. Em Garnaut. R., & Song. L. (Eds.) *China: New Engine of World Growth* (pp. 19-33). DOI:10.22459/CNEWG.12.2012.02
- Levrini, G., R., & Maciel, G. (2016). Fatores de influência no Processo de Compra de Serviço de Turismo por Idosos. *Marketing & Tourism Review*, 1(1), 1-34. DOI:10.29149/mtr.v1i1.3715
- Liu, J., Zheng, X., Tong, Q., Li, W., Wang, B., Sutter, K., Trilling, M., Lu, M., Dittmer, U., & Yang, D. (2020). Overlapping and discrete aspects of the pathology and pathogenesis of the emerging human pathogenic coronaviruses SARS-CoV, MERS-CoV, and 2019-nCoV. *Journal of medical virology*, 92(5), 491-494. <https://doi.org/10.1002/jmv.25709>
- Ma, H., Chiu, Y., Tian, X., Zhang, J., & Guo, Q. (2020). Safety or Travel: Which Is More Important? The Impact of Disaster Events on Tourism. *Sustainability*, 12 (7), 1-12. DOI:10.3390/su12073038
- Machado, P., M., M. (2020). Prefácio. Em Coelho, A., Soares, A., Mora, C., Baptista, C., Carbone, F., Romão, F., Honrado, M., G., Azevedo, J., N., Pedro, J., P., Coelho, J., P., Simões, J., T., Rodrigues, J., Figueira, K., A., L., M., Oosterbeek, L., Santos, M., D., N., Martins, O., Carvalho, R., Nunes, S. &

- Domingos, S. (Eds.), *Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: visões globais partilhadas* (pp. 3-6). Instituto Politécnico de Tomar.
- Mackenzie, J., S., Drury, P., Ellis, A., Grein, T., Leitmeyer, K., C., Mardel, S., Merianos, A., Olowokure, B., Roth, C., Slattery, R., Thomson, G., Werker, D., & Ryan, M. (2004). The WHO Response to SARS and Preparations for the Future. Em Knobler, S., Mahmoud, A., Lemon, S., Mack, A., Sivitz, L., Oberholtzer, K (Eds.). *SARS: Emergence, Detection, and Response* (pp. 42-50). Washington: National Academies Press. DOI: 10.17226/10915
- Malhotra, N., K. (2006). Questionnaire design and scale development. Em Grover, R. & Vriens, M. (Eds.), *The Handbook of Marketing Research: Uses, Misuses, and Future Advances* (pp. 176-202). SAGE Publications. <https://www.researchgate.net/publication/266864633>
- Mamede, R., P., Pereira, M., & Simões, A. (2020). *Portugal: Uma análise rápida do impacto da COVID-19 na economia e no mercado de trabalho*. Organização Internacional do Trabalho.
- Mammadov, R. (24 – 26 de maio de 2012). *The Importance of Transportation in Tourism Sector*. 7th Silk Road International Conference “Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries”. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2231334>
- Manente, M. (2008). *Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destinations*. International Conference of Tourism “Knowledge as value advantage of tourist destination”. Malaga, Espanha.
- Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). Toward a Theory of Tourism Security. Em Mansfeld, Y., & Pizam, A (Eds.), *Tourism, security and safety*. (pp. 1-27). Routledge.
- Maricato, N., A., G. (2012). *O turismo em Portugal: tendências e perspectivas*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/20002>
- Marques, J., & Santos, N. (2012). Espaços turísticos e novas formas de alojamento. *Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, n.º 1, 103 - 126 https://www.academia.edu/25826544/Espa%C3%A7os_tur%C3%ADsticos_e_as_novas_formas_de_alojamento?email_work_card=view-paper
- Marques, N., G. (2020). *Jovens universitários e viagens de turismo: A impotência do Interrail*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral/Repositório científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/93656>
- Marshall, J., B. (2014). The Sign Test with Ties Included. *Applied Mathematics*, 5(10), 1594-1597. <http://dx.doi.org/10.4236/am.2014.510152>
- Martins, C., L., P. (2013). *O Impacto da Internet no Processo de Decisão de Compra do Consumidor: o caso dos produtos turísticos*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório Institucional da Universidade Fernando Pessoa. <http://hdl.handle.net/10284/3809>
- Martins, I., M., C. (2010). *Gestão Estratégica da Sazonalidade em Turismo: o Caso de Aveiro* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://ria.ua.pt/handle/10773/3740>
- Markle, K. (2010). *Influenza pandemics of the Twentieth Century: an analysis of their Chinese origins* [Dissertação de Mestrado, Universität Leipzig]. Universität Wien. http://othes.univie.ac.at/11075/1/2010-09-03_0868189.pdf

- Maser, B., & Weiermair, K. (1998). Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 107-121. DOI: 10.1300/J073v07n04_06
- Meireles, F., M., S. (2017). *O papel das agências de viagens e turismo na promoção e dinamização de destinos: o caso da região centro* [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Educação de Coimbra]. Repositório Comum. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/18215>
- Mendes, R., Fernandes, J., & Correia, M. (s/d). *Instituto Superior Técnico de Lisboa*. Obtido a 3 de maio de 2021, de Guia prático para a elaboração de inquéritos por questionário: https://aepq.tecnico.ulisboa.pt/files/sites/22/MANUAL_SEI_FINAL.pdf
- Menon, G., Raghurir, P., & Agrawal, N. (2006). Health risk perceptions and consumer psychology. *SSRN*. 1-27. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.945673>
- Meo, S., A., Alhowikan, A., M., Al-Khlaiwi, T., Meo, I., M., Halepoto, D., M., Iqbal, M., Usmani, A., M., Hajjar, W., & Ahmed, N. (2020). Novel coronavirus 2019-nCoV: prevalence, biological and clinical characteristics comparison with SARS-CoV and MERS-CoV. *European Review for Medical and Pharmacological Sciences*, 24(4), 2012-2019. DOI:10.26355/eurrev_202002_20379
- Neto, D., L., do E., S. (2011). *Turismo Comunitário como Factor de Desenvolvimento Local em S. Tomé e Príncipe: O Caso do Projecto “Voador Panhá”*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/5136>
- Mishra, M., K. (2020). The World after COVID-19 and its impact on Global Economy. *ZBW – Leibniz Information Centre for Economics*. Kiel: Hamburg.
- Monto, A., S., & Fukuda, K. (2020). Lessons from influenza pandemics of the last 100 years. *Clinical Infectious Diseases*, 70(5), 951-957. DOI:10.1093/cid/ciz803
- Morakabiti, Y. (2018). The impact of negative events on tourism and destinations. Em Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (Eds.), *Tourism Principles and Practice*. (pp. 281-295). Pearson.
- Morganstein, J., Fullerton, C., Ursano, R., Donato, D., & Holloway, H. (2017). Pandemics: Health Care Emergencies. Em R. Ursano, C. Fullerton, L. Weisaeth, & B. Raphael (Eds.), *Textbook of Disaster Psychiatry* (pp. 270-284). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781316481424.019
- Moreira, C. (2013). *Turismo, território e desenvolvimento. Competitividade e gestão estratégica de destinos*. [Dissertação de Doutoramento, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/24446>
- Moreira, C., O. (2018). Portugal as a tourism destination. Paths and trends. *Méditerranée - Revue géographique des pays méditerranéens/Journal of Mediterranean geography*, (130), 01-35. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/88812>
- Moreira, C., P., A., S. (2010). *A Influência do Terrorismo nos Comportamentos de Viagem Internacionais*. [Dissertação de doutoramento, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/1798>
- Moutinho, L. (2000). Tourism Marketing Management. Em Moutinho, L. (Ed.), *Strategic Management in Tourism*. CABI Publishing. <http://docshare04.docshare.tips/files/25298/252980497.pdf>

- Nadais, C., & Santos, N. (2012). O lazer, o erotismo e a sociedade contemporânea. *Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, 1, (1), 143-163. <http://cegot.org/ojs/index.php/GOT/article/view/2012.1.007/9#>
- Nascimento, A., P., Cunha, A., Lopes, C., T., Monteiro, F., Pereira, L., Alves, S., & Bento, V. (2005). *Escola Superior de Tecnologia da Saúde do Porto*. Obtido a 15 de junho de 2021, de Biomatemática e Bioestatística II – SPSS: <http://www.carlalopes.com/pubs/sebentaBBII.pdf>
- National Academies of Sciences, Engineering and Medicine. (2017). *Global health and the future role of the United States*. Washington, DC: The National Academies Press. doi: <https://doi.org/10.17226/24737>.
- National Research Council. (2001). *Under the weather: climate, ecosystems, and infectious disease*. National Academies Press.
- Nazneen, S., Hong, X., & Din, N., U. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3592321>
- Neto, D. (2011). *Turismo Comunitário como Factor de Desenvolvimento Local em S. Tomé e Príncipe: O Caso do Projecto “Voador Panhá”*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa]. Repositório do ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/5136>
- Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, (24)7, 1003-1016. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- Nhamo, G., Dube, K., & Chikodzi, D. (2020). *Counting the Cost of COVID-19 on the Global Tourism Industry*. Springer Nature Switzerland AG. doi:10.1007/978-3-030-56231-1
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery 127 of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651–656. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2020). Mitigating the impact of COVID- 19 on tourism and supporting recovery. *OECD Tourism Papers*. OECD Publishing, Paris.
- Oldstone, M., B. (2010). *Viruses, plagues, and history: past, present, and future*. Oxford University Press.
- Oliveira, M. (2014). *A influência dos eventos na taxa de ocupação hoteleira: study case-Montebelo Viseu Hotel & Spa*. [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/8757>
- OMS - Organização Mundial da Saúde (s/d). World Health Organization. Obtido a 26 de fevereiro de 2021, de DESCRIÇÃO DAS FASES DE PANDEMIA E PRINCIPAIS ACÇÕES POR FASE (OMS): https://www.ubi.pt/Ficheiros/Noticias/Geral/fases_pandemicas.pdf
- Our World in Data. (2 de setembro de 2021). *Our World in Data*. Obtido a 7 de outubro de 2021 de, Statistics and Research Coronavirus (COVID-19) Vaccinations: <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations#citation>
- Page, S., & Ge, Y. (2009). Transportation and tourism: A symbiotic relationship? Em Jamal, T., & Robinson, M. (Eds.), *Sage Handbook of Tourism Studies* (pp.371-395). Sage Publications
- Page, S., Song, H., & Wu, D. C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of Travel Research*, 51(2), 142-153. <https://doi.org/10.1177/0047287511400754>

- Page, S., Yeoman, I., Munro, C., Connell, J., & Walker, L. (2006). A case study of best practice—Visit Scotland's prepared response to an influenza pandemic. *Tourism Management*, 27(3), 361-393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.01.001>
- Paiva, C., L., A., C. (2019). *Destinos Turísticos e Resiliência a Crises e Catástrofes-Os Incêndios de outubro de 2017, em Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/93327>
- Paiva, D., R., C. (2013). *Turismo, Desenvolvimento e Espaços de Lazer-O Parque Temático Molinológico de Ul*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/36097>
- Paíço, V., M., M. (2014). *Turismo e transportes num mundo global: uma experiência didática no 8º ano de escolaridade*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/18006>
- Pambuccian, S., E. (2020). The COVID-19 pandemic: implications for the cytology laboratory. *Journal of the American Society of Cytopathology*, (9)3, 202-211. <https://doi.org/10.1016/j.jasc.2020.03.001>
- Parady, G., Taniguchi, A., & Takami, K. (2020). Travel behavior changes during the COVID-19 pandemic in Japan: Analyzing the effects of risk perception and social influence on going-out self-restriction. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100181>
- Park, K., & Reisinger, Y. (2010). Differences in the perceived influence of natural disasters and travel risk on international travel. *Tourism Geographies*, 12 (1), 1-24. <https://doi.org/10.1080/14616680903493621>
- Paul, R. (2020). A detailed history of pandemics. *Journal of the Indian medical association*, 118 (05), 45-65. <https://www.researchgate.net/publication/341787641>
- Peiris, J. M., De Jong, M. D., & Guan, Y. (2007). Avian influenza virus (H5N1): a threat to human health. *Clinical microbiology reviews*, 20(2), 243-267.
- Peng, X., Xu, X., Li, Y., Cheng, L., Zhou, X., & Ren, B. (2020). Transmission routes of 2019-nCoV and controls in dental practice. *International Journal of Oral Science*, 12(1), 1-6. <https://doi.org/10.1038/s41368-020-0075-9>
- Pereira, A., F., C. (2014). *O Turismo Fluvial no Rio Tâmega*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <http://hdl.handle.net/1822/30407>
- Pereira, P. (28 de julho de 2020). *Turismo de Portugal*. Obtido a 30 de julho de 2020, de O Novo Comportamento dos Consumidores | Covid-19: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/novo-comportamento-dos-consumidores-covid-19.aspx>
- Pina, I., G. (2018). *Património " não considerado": uma forma de promoção da Região*. *Turismo do Centro de Portugal-Coimbra* [Relatório de Estágio, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/82297>
- Pine, R., & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139-143. DOI:10.1108/09596110410520034

- Pinto, A., P., S. (2013). *Produtos Turísticos–Instrumentos de Desenvolvimento Local: Caso de Estudo–Sardoal*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/6538>
- Pocinho, M. (2016). *Estatística paramétrica e não paramétrica para principiantes com apoio do SPSS*. Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra / Instituto Politécnico de Coimbra. <https://www.researchgate.net/publication/303262973>
- Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou, A. Ef. (2020). 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>
- Potter, C., W. (2001). A history of influenza. *Journal of applied microbiology*, 91(4), 572-579. DOI:10.1046/j.1365-2672.2001.01492.x
- 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>
- Poku, G., & Boakye, K. A. A. (2019). Insights into the safety and security expressions of visitors to the Kakum National Park: Implications for management. *Tourism Management Perspectives*, 32, 1-8.
- Qi, C. X., Gibson, H. J., & Zhang, J. J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 43-67. <https://doi.org/10.1080/14775080902847439>
- Qiu, W., Rutherford, S., Mao, A., & Chu, C. (2017). The pandemic and its impacts. *Health, culture and society*, 9, 1-11. DOI 10.5195/hcs.2017.221
- Qu, J., M., Cao, B. & Chen, R., C. (2020). *COVID-19 The Essentials of Prevention and Treatment*. Elsevier <https://www.sciencedirect.com/book/9780128240038/covid-19>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. (2ªed.). Lisboa: Gradiva.
- Ramos, D., M., & Costa, C., M. (2017). Turismo: tendências de evolução. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 10(1), 21-33. DOI:10.18468/pracs.2017v10n1.p21-
- Ranasinghe, R., Damunupola, A., Wijesundara, S., Karunarathna, C., Nawarathna, D., Gamage, S., Ranaweera, A., & Idroos, A., A. (2020). Tourism after Corona: Impacts of Covid 19 Pandemic and Way Forward for Tourism, Hotel and Mice Industry in Sri Lanka. 01-19. DOI:10.13140/RG.2.2.27955.17442
- Rani, P. (2014). Factors influencing consumer behavior. *International Journal of Current Research and Academic Review*, 2(9), 52-61. <http://www.ijcrar.com/vol-2-9/Pinki%20Rani.pdf>
- Rascoa, C., L., Valente, P., M., & Freitas, M., G. (2007). Enquadramento epidemiológico. Em Direção Geral da Saúde, *Pandemia de Gripe – Plano de Contingência nacional do setor da saúde para a pandemia de gripe*. (29-52). <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-de-contingencia-nacional-do-sector-da-saude-para-a-pandemia-de-gripe-pdf.aspx>
- Rebelo, A., C. (2017). *Análise do comportamento do consumidor no turismo: Uma abordagem geracional da procura turística nos Açores*. [Dissertação de Mestrado, Universidade dos Açores]. Repositório da Universidade dos Açores. <http://hdl.handle.net/10400.3/4100>

- Regra, C., M., F. (2010). *Análise estatística do processo de reconhecimento, validação e certificação de competências no CNO dos CTT*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Aberta de Portugal]. Repositório Aberto da Universidade Aberta de Portugal. <http://hdl.handle.net/10400.2/1438>
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of travel research*, 43(3), 212-225. <https://doi.org/10.1177/0047287504272017>
- República Portuguesa (s/d). *República Portuguesa*. Obtido a 7 de março de 2020, de Covid 19 estamos ON - Renovação do Estado de Emergência: <https://covid19estamoson.gov.pt/renovacao-do-estado-de-emergencia/#>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 33-A/2020 (2020a). Diário da República: I série, nº85. <https://dre.pt/application/file/a/132800054>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 33-C/2020 (2020b). Diário da República: I série, nº 85. <https://dre.pt/application/file/a/132800056>
- Reusken, C., B., Haagmans, B., L., Müller, M., A., Gutierrez, C., Godeke, G., J., Meyer, B., Muth, D., Raj, V., S., Vris, L. S., Corman, V., M., Drexler, J., F., Smits, S., L., Tahir, Y., E., E., Sousa, R., Beek, J., V., Nowotny, N., Maanen, K., V., Hermoso, E., H., Bosch, B., J., Rottier, P., Osterhaus, A., Schmidt, C., G., Drosten, C., & Koopmans, M., P., G. (2013). Middle East respiratory syndrome coronavirus neutralising serum antibodies in dromedary camels: a comparative serological study. *The Lancet infectious diseases*, 13(10), 859-866. [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(13\)70164-6](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(13)70164-6)
- Ritchie, B., W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102812>
- Rittichainuwat, B., N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418. DOI:10.1016/j.tourman.2008.08.001
- Rittichainuwat, B., N., & Chakraborty, G. (2012). Perceptions of importance and what safety is enough. *Journal of Business Research*, 65 (1), 42-50. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.013>
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690–694. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763447>
- Rosselló, J., Santana-Gallego, M., & Awan, W. (2017). Infectious disease risk and international tourism demand. *Health policy and planning*, 32(4), 538-548. <https://doi.org/10.1093/heapol/czw177>
- Ruschmann, D. (2016). *Turismo e planeamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. (14ª ed.). Papirus. <https://books.google.com.br/books?id=kvK5ujzbZdIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>
- Ryu, S., Gao, H., Wong, J. Y., Shiu, E. Y., Xiao, J., Fong, M. W., & Cowling, B. J. (2020). Nonpharmaceutical measures for pandemic influenza in nonhealthcare settings—international travel-related measures. *Emerging Infectious Diseases*, 26(5), 961. <https://doi.org/10.3201/eid2605.190993>

- Samal, J. (2014). A historical exploration of pandemics of some selected diseases in the world. *International Journal of Health Sciences and Research*, 4(2), 165-169. <https://www.researchgate.net/publication/282639796>
- Santos, T., M., S., C., D. (2018). *A promoção do destino Portugal na era digital: a importância dos Conteúdos Gerados pelos Utilizadores* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/84561>
- Saunders-Hastings, P., R., & Krewski, D. (2016). Reviewing the history of pandemic influenza: understanding patterns of emergence and transmission. *Pathogens*, 5(4), 66. [10.3390/pathogens5040066](https://doi.org/10.3390/pathogens5040066)
- Seabra, C. (2004). *Comportamentos de Procura de Informação Turística*. [Dissertação de Mestrado Universidade de Lisboa]. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.
- Seabra, C., Abrantes, J., & Kastenholtz, E. (2014). The influence of terrorism risk perception on purchase involvement and safety concern international travellers. *Journal of Marketing Management*, 30(9-10), 874-903.
- Seabra, C., AlAshry, M., Çınar, K., Raja, I., Reis, M., & Sadiq, N. (2021a). Restrictions' acceptance and risk perception in a COVID19 context by young generations. *International Journal of Tourism Cities*, ahead-of-print. doi:<https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2020-0165>
- Seabra, C., Cravidão, F., & Gomes, G. (2021b). Tourism industry after the COVID19 crisis in Portugal – Now what? Em A. Trono, T. Duda, & J. Schmude (Edits.), *Over Tourism and Tourism Over. Recovery from COVID19 Tourism Crisis in Regions with Over and Under Tourism* (p. forthcoming). London: World Scientific Publishe
- Seabra, C., Paiva, O., Abrantes, J., Pereira, A. & Reis, M. (2018). Imagem do Centro de Portugal: Uma abordagem geracional. In A. Correia & P. B. Homem (Eds.), *Turismo no Centro de Portugal – Potencialidades e Tendências* (pp. 81-104). Coimbra.
- Seabra, C., Reis, P., & Abrantes, J. (2020). The influence of terrorism in tourism arrivals: A longitudinal approach in a Mediterranean country. *Annals of Tourism Research*, 80, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102811>
- Seabra, C., Silva, C., Paiva, O., Reis, M., & Abrantes, J. (2021c). Perceptions of safety and risk in the daily life and travel plans on the COVID19 context: One year and three waves after. Em C. Seabra, C. Silva, O. Paiva, & J. Abrantes (Edits.), *Pandemics and Travel: COVID-19 Impacts in the Tourism Industry* (pp. 83-104). London: EMERALD Publishing.
- Semedo, A., C. (2019). *Segurança e turismo: a polícia nacional e a promoção da segurança no turismo em Cabo Verde*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/30343>
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102664>
- Shier, R. (2004). *Mathematics Learning Support Centre*. Obtido a 13 de junho de 2021, de Statistics: 2.1 The sign test: <https://www.statstutor.ac.uk/resources/uploaded/signtest.pdf>
- Silva, A., C. (2020). *Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica de Portugal 2020-2030*. Portugal: República Portuguesa

- Silva, F., C. (2006). *Gripe Pandémica – Informação para técnicos de saúde*. Centro Regional de Saúde Pública do Norte: Ministério da Saúde
- Singhal, T. (2020). A review of coronavirus disease-2019 (COVID-19). *The Indian Journal of Pediatrics*, 87(4), 281–286. <https://doi.org/10.1007/s12098-020-03263-6>
- Smith, R., D. (2006). Responding to global infectious disease outbreaks: lessons from SARS on the role of risk perception, communication and management. *Social science & medicine*, 63(12), 3113-3123. DOI: 10.1016/j.socscimed.2006.08.004
- SNS - Serviço Nacional de Saúde (3 de dezembro, 2020). *Plano de vacinação COVID-19*. Portugal: Direção Geral da Saúde
- SNS - Serviço Nacional de Saúde (2 de setembro de 2021a). *Serviço Nacional de Saúde*. Obtido a 2 de setembro de 2021, de Guias da saúde - Certificado Digital COVID da EU: <https://www.sns24.gov.pt/guia/certificado-digital-covid-da-ue/>
- SNS - Serviço Nacional de Saúde (1 de setembro de 2021b). *Serviço Nacional de Saúde*. Obtido a 2 de setembro de 2021, de Temas da saúde: Vacina COVID-19: <https://www.sns24.gov.pt/tema/doencas-infecciosas/covid-19/vacina-covid-19/#sec-3>
- SNS - Serviço Nacional de Saúde (2021c). *Serviço Nacional de Saúde*. Obtido a 22 de agosto de 2021, de Vacinas COVID-19: <https://www.sns.gov.pt/monitorizacao-do-sns/vacinas-covid-19/>
- Soares, J., R., R., Gabriel., L., P., M., C., & Romo, R., S. (2020). *Impacto do Covid-19 no Comportamento do Turista Brasileiro* (1ªed.). Fortaleza – CE
- Sönmez, S., F., & Graefe, A., R. (1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171–177. doi:10.1177/004728759803700209
- Suzuki, Y. (2005). Sialobiology of Influenza: Molecular Mechanism of Host Range Variation of Influenza Viruses. *Biological and Pharmaceutical Bulletin*, 28(3), 399-408. DOI: 10.1248/bpb.28.399
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. (2ªed.). Elsevier.
- Talevi, D., Socci, V., Carai, M., Carnaghi, G., Faleri, S., Trebbi, E., Di Bernado, A., Capelli, F., & Pacitti, F. (2020). Mental health outcomes of the CoViD-19 pandemic. *Rivista di Psichiatria*, 55(3), 137-144. 10.1708/3382.33569
- Tendance Hotellerie (14 de maio de 2020). *Tendance Hotellerie*. Obtido a 5 de dezembro de 2020, de Estudo da Interface Tourism: previsões de viagens pós-Covid-19: <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communique-de-presse/13451-article/etude-interfacetourism-les-previsions-de-voyage-post-covid-19>
- Teixeira, A., Escaleira M. & do Carmo, M. (2020). *COVID-19 uma nova solução para o interior in Turismo 2020 - Propostas de uma nova geração*. Em Universidade Europeia. Turismo 2020 Proposta de uma nova geração. (pp. 185-188)
- Teixeira, A., S., R. (2020). *O papel do turismo de saúde e bem-estar nas motivações dos termalistas da região Norte e Centro de Portugal*. [Dissertação de Mestrado, Politécnico do Porto]. Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <http://hdl.handle.net/10400.22/16701>
- Thomas, J. K., & Noppenberger, J. (2007). Avian influenza: a review. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 64(2), 149-165.

- Turismo Centro de Portugal. (2019a). *Plano de Atividades e Orçamento 2019*. Turismo Centro de Portugal.
- Turismo Centro de Portugal. (2019b). *Road trip Viseu Dão-Lafões*. Turismo Centro de Portugal.
- Turismo Centro de Portugal. (2020). *Road trip região de Aveiro*. Turismo Centro de Portugal.
- Turismo Centro de Portugal. (31 de julho de 2019c). *Turismo do Centro de Portugal*. Obtido a 25 de janeiro de 2020, de Turismo do Centro apresentou roteiros “Road Trips Centro de Portugal”: <https://turismodocentro.pt/2019/07/turismo-do-centro-apresentou-roteiros-road-trips-centro-de-portugal/>
- Turismo de Portugal. (s/d). *Portugal - an investment destination in tourism*. Turismo de Portugal
- Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia turismo 2027 - Liderar o Turismo do futuro*. Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal. (8 de junho de 2020a). *Turismo de Portugal*. Obtido a 23 de novembro de 2020, de Portugal é o primeiro país europeu distinguido com o selo “Safe Travels” do World Travel & Tourism Council: <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/portugal-primeiro-pais-europeu-distinguido-com-selo-safe-travels-do-wttc.aspx>
- Turismo de Portugal. (2020b). *TravelBI*. Obtido em 10 de novembro de 2020 de Turismo de Portugal de <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>
- Turismo de Portugal. (2021a). *TravelBI*. Obtido a 3 de maio de 2021 de Turismo de Portugal de, Turismo em Números | dezembro 2020 (com receitas turísticas): <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/turismo-em-numeros-2020.aspx>
- Turismo de Portugal. (2019). *TravelBI*. Obtido em 10 de novembro de 2020 de Turismo de Portugal, de <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-portugal-2018.pdf>
- Turismo de Portugal (7 de maio de 2021b). *Turismo de Portugal*. Obtido a 2 de setembro de 2021 de Visão geral: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx
- Turismo de Portugal Bussiness. (24 de abril de 2020). *Turismo de Portugal*. Obtido a 16 de setembro de 2020, de Turismo de Portugal cria Selo “Estabelecimento Clean & Safe” para as empresas do Turismo: <http://business.turismodeportugal.pt/pt/noticias/Paginas/turismo-de-portugal-cria-selo-estabelecimento-clean-safe.aspx>
- Uğur, N., G., & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 2-13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>
- Unhale, S., S., Sanap, S., & Bilal, Q. (2020). A REVIEW ON CORONA VIRUS (COVID-19). *International Journal of Pharmaceutical and Life Sciences* 6(4), 109 – 115. <https://www.researchgate.net/publication/340362876>
- Ursano, R. J., Fullerton, C. S., Norwood, A. E., & Holloway, H.C. (2007). Weapons of mass destruction and pandemics: global disasters with mass destruction and mass disruption. Em Ursano, R., J., Fullerton, C., S., Weisaeth, L., & Raphael, B. (Eds.), *Textbook of disaster psychiatry* (pp. 247-264). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511544415>
- United Nations. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Nova Iorque: United Nations Publication

- UNWTO - World Tourism Organization. (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: UNWTO – World Tourism Organization:
- UNTWO - World Tourism Organization (2021a). *COVID-19 and Tourism 2020: A year in review*. Madrid: UNTWO - World Tourism Organization.
- UNTWO - World Tourism Organization. (2020a). *International Tourism Highlights*. Madrid: UNTWO - World Tourism Organization.
- UNWTO - World Tourism Organization (2011). *Tourism towards 2030/Global overview*. Madrid: UNWTO - World Tourism Organization
- UNWTO - World Tourism Organization (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid: UNTWO - World Tourism Organization. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- UNWTO - World Tourism Organization. (28 de Abril de 2020b). *UNTWO - World Tourism Organization*. Obtido em 26 de julho de 2021, de 100% OF GLOBAL DESTINATIONS NOW HAVE COVID-19 TRAVEL RESTRICTIONS: <https://www.unwto.org/news/covid-19-travel-restrictions>
- UNTWO - World Tourism Organization. (28 de Janeiro de 2021b). *UNTWO - World Tourism Organization*. Obtido a 5 de maio de 2021, de 2020: WORST YEAR IN TOURISM HISTORY WITH 1 BILLION FEWER INTERNATIONAL ARRIVALS: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>
- UNTWO - World Tourism Organization (14 de setembro de 2020c). *UNTWO - World Tourism Organization*. Obtido a 26 de julho de 2021, de UNWTO highlights potential of domestic tourism to help drive economic recovery in destinations worldwide: <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide>
- UNTWO - World Tourism Organization (2020e) – *World Tourism Barometer*, 18(7), 01-36.
- Velavan, T., P., & Meyer, C., G. (2020). The COVID-19 epidemic. *Tropical medicine & international health*, 25(3), 278. <https://doi.org/10.1111/tmi.13383>
- Vengesayi, S., Mavondo, F., T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621-636. DOI:10.3727/108354209X12597959359211
- VisitPortugal. (23 de agosto de 2021). *Turismo de Portugal*. Obtido a 23 de agosto de 2021, de COVID-19| Medidas Implementadas em Portugal: <https://www.visitportugal.com/en/content/covid-19-measures-implemented-portugal>
- Vieira, J., L., G. (2019). *Promoção externa de um destino turístico: o Centro de Portugal*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/93781>
- Wanhill, S. (2018). An Introduction to Tourism. Em Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (Eds.), *Tourism Principles and Practice*. (pp. 1-18). Pearson.
- Webster, R. G., Hakawi, A. M., Chen, H., & Guan, Y. (2006). H5N1 Outbreaks and Enzootic Influenza. *Emerging Infectious Diseases*, 12(1), 3-8. <https://dx.doi.org/10.3201/eid1201.051024>.
- WHO - World Health Organization (2018a). *Influenza - Vaccine-Preventable Diseases Surveillance Standards*. Geneva: Switzerland
- WHO - World Health Organization. (2003). *Severe acute respiratory syndrome (SARS): Status of the outbreak and lessons for the immediate future*. Geneva: Switzerland

- WHO - World Health Organization (2012). Weekly Epidemiological Record. *World Health Organization*, 96(31), 365-380.
- WHO - World Health Organization (2021a). *World Health Organization*. Obtido a 8 de maio de 2021, de Coronavirus: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- WHO - World Health Organization (2021b). *World Health Organization*. Obtido a 21 de outubro de 2021, de Coronavirus disease (COVID-19) pandemic - Numbers at a glance. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- WHO - World Health Organization (17 de março de 2020). *World Health Organization*. Obtido a 25 de abril de 2021, de Doença por coronavírus (COVID-19): semelhanças e diferenças com influenza: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19-similarities-and-differences-with-influenza>
- WHO - World Health Organization (2018b). *World Health Organization*. Obtido a 24 de outubro de 2020, de Influenza - Pandemic influenza: an evolving challenge. <https://www.who.int/influenza/pandemic-influenza-an-evolving-challenge/en/>
- WHO - World Health Organization (Janeiro de 2018c). *World Health Organization*. Obtido a 13 de novembro de 2020, de Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV): <https://apps.who.int/mediacentre/factsheets/mers-cov/en/index.html>
- WHO - World Health Organization (2021c). *World Health Organization*. Obtido a 13 de novembro de 2020, de Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV): https://www.who.int/health-topics/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-mers#tab=tab_1
- WHO - World Health Organization (2021d). *World Health Organization*. Obtido a 8 de maio de 2021, de Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
- WHO - World Health Organization (2021e). *World Health Organization*. Obtido a 13 de novembro de 2020, de Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS): https://www.who.int/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome#tab=tab_1
- WHO - World Health Organization (2021f). *World Health Organization*. Obtido a 8 de maio de 2021, de Timeline: WHO's COVID-19 response: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline>
- Wilder-Smith, A. (2005). Tourism and Sars. Em Wilks, J., Pendergast, D., & Leggat, P. (Eds.), *Tourism in turbulent times*. (pp.53-61). U.K: University of Stirling.
- Wilder-Smith, A. (2006). The severe acute respiratory syndrome: impact on travel and tourism. *Travel medicine and infectious disease*, 4(2), 53-60. 10.1016/j.tmaid.2005.04.004
- Wilder-Smith, A., Chiew, C. J., & Lee, V. J. (2020). Can we contain the COVID-19 outbreak with the same measures as for SARS?. *The Lancet Infectious Diseases*, (20), 102-107. DOI:[https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(20\)30129-8](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30129-8)
- Williams, A., M., & Baláž, V. (2015). Tourism risk and uncertainty: Theoretical reflections. *Journal of Travel Research*, 54(3), 271-287. DOI:10.1177/0047287514523334
- Wong, J., Y., & Yeh, C. (2009). Tourist hesitation in destination decision making. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 6-23, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.005>

- World Travel & Tourism Council. (s/d). *World Travel & Tourism Council*. Obtido a 3 de junho de 2021, de Viagens Seguras': Protocolos Globais e Selo para o Novo Normal: <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>
- World Travel & Tourism Council. (2020). *World Travel & Tourism Council*. Obtido a 3 de junho de 2021, de To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19.'World Travel & Tourism Council: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/To%20Recovery%20and%20Beyond-The%20Future%20of%20Travel%20Tourism%20in%20the%20Wake%20of%20COVID-19.pdf?ver=2021-02-25-183120-543>
- World Travel Awards. (2021). Obtido a 15 de julho de 2021, de World Winners 2020: <https://www.worldtravelawards.com/winners/2020/world>
- Wu, P., Fang, Y., Guan, Z., Fan, B., Kong, J., Yao, Z., Liu, X., Fuller, C., J., Susser, E., Lu, J. & Hoven, C., W. (2009). The psychological impact of the SARS epidemic on hospital employees in China: exposure, risk perception, and altruistic acceptance of risk. *The Canadian Journal of Psychiatry, 54*(5), 302-311. 10.1177/070674370905400504
- Yang, E., C., L., & Nair, V. (2014). Tourism at risk: A review of risk and perceived risk in tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism, 3*(2), 1-21. DOI 10.7603/s40930-014-0013-z
- Yang, Y., Peng, F., Wang, R., Guan, K., Jiang, T., Xu, G., Sun, J., & Chang, C. (2020). The deadly coronaviruses: The 2003 SARS pandemic and the 2020 novel coronavirus epidemic in China. *Journal of autoimmunity, 109*, 102-434. <https://doi.org/10.1016/j.jaut.2020.102434>
- Yates, M. (2006). *Project Phoenix: A Benchmark for Reputation Management*. Em Wilks, J., Pendergast, D., & Leggat, P. (Eds.). *Tourism in turbulent times*. (pp. 263-276). U.K University of Stirling.
- Youngerman, B. (2008). *Pandemics and global health*. Infobase Publishing.
- Zaki, A., M., van Boheemen, S., Bestebroer, T., M., Osterhaus, A., D., M., E., & Fouchier, R., A., M., (2012). Isolation of a Novel Coronavirus from a Man with Pneumonia in Saudi Arabia. *New England Journal of Medicine, 367*(19), 1814–1820. DOI: 10.1056/NEJMoa1211721
- Zeng, B., Carter, R.W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism, 8*(4), 306-322. <https://doi.org/10.1080/13683500508668220>
- Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B., W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic 'travel fear'. *Tourism Management, 83*, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261>
- Zou, Y., & Meng, F. (2019). Chinese tourists' sense of safety: perceptions of expected and experienced destination safety. *Current Issues in Tourism, 23*(15), 1–14. doi:10.1080/13683500.2019.1681382
- Zu, Z., Y., Jiang, M., D., Xu, P., P., Chen, W., Ni, Q., Q., Lu, G., M., & Zhang, L., J. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19): a perspective from China. Radiology, (296)2*, 15-25. <https://doi.org/10.1148/radiol.2020200490>
- Zumla, A., Hui, D., S., & Perlman, S. (2015). Middle East respiratory syndrome. *The Lancet, 386*(9997), 995-1007. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)60454-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)60454-8)

APÊNDICES

Apêndice I: Questionário**Impactos da COVID-19 nos comportamentos de viagens dos turistas do Centro de Portugal antes e durante a pandemia**

No âmbito do Mestrado de Turismo, Território e Patrimónios da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, para a realização da Dissertação de Mestrado, a elaboração deste questionário pretende recolher dados referentes aos comportamentos dos turistas antes e durante a pandemia. Os dados recolhidos serão utilizados exclusivamente para fins académicos, mantendo o anonimato dos inquiridos.

I. CARACTERÍSTICAS DAS SUAS VIAGENS PRÉ-COVID-19

As questões deste grupo têm como objetivo identificar os seus comportamentos de viagem e turismo antes da presente pandemia COVID-19

1. Que cidades/destinos visitou no Centro de Portugal nos últimos 3 anos?

Abrantes	Coimbra	Meda	Sabugal	
Águeda	Condeixa-a-nova	Mira	Santa Comba Dão	
Aguiar da Beira	Constância	Miranda do Corvo	São Pedro do Sul	
Albergaria-a-velha	Covilhã	Montemor-o-Velho	Sardoal	
Alcanena	Entroncamento	Mortágua	Sátão	
Alcobaça	Estarreja	Murtosa	Seia	
Alenquer	Ferreira do Zêzere	Nazaré	Sertã	
Almeida	Figueira da Foz	Nelas	Sever do Vouga	
Alvaiázere	Figueira de Castelo Rodrigo	Óbidos	Sobral de Monte Agraço	
Anadia	Figueiró dos Vinhos	Oleiros	Soure	
Ansião	Fornos de Algodres	Oliveira de Frades	Tábua	
Arganil	Fundão	Oliveira do Bairro	Tomar	
Arruda dos Vinhos	Góis	Oliveira do Hospital	Tondela	
Aveiro	Gouveia	Ovar	Torres Novas	
Batalha	Guarda	Pampilhosa da Serra	Torres Vedras	
Belmonte	Idanha-a-Nova	Pedrógão Grande	Trancoso	
Bombarral	Ílhavo	Penacova	Vagos	
Cadaval	Leiria	Penalva do Castelo	Vila de Rei	
Caldas da Rainha	Lourinhã	Penamacor	Vila Nova da Barquinha	
Cantanhede	Lousã	Paçela	Vila Nova de Ourém	
Carregal do Sal	Mação	Peniche	Vila Nova de Paiva	
Castanheira de Pêra	Mangualde	Pinhel	Vila Nova de Poiares	
Castelo Branco	Manteigas	Pombal	Vila Vela de Ródão	
Castro Daire	Marinha Grande	Porto de Mós	Viseu	
Celorico da Beira	Mealhada	Proença-a-Nova	Vouzela	

2. Indique o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de alojamento em contexto de férias/lazer antes da pandemia. (1=Raramente; 5= Sempre)

	1	2	3	4	5
Hotel					
Alojamento Local					
Hostel					
Turismo em Espaço Rural					
Parque de campismo					
Casa de amigos/familiares					
Casa Própria					

3. Indique a forma de compra/planeamento preferidos para a suas viagens antes da pandemia. (1=Raramente; 5=Sempre)

	1	2	3	4	5
Operador/Agência de Viagem					
Reserva/compra feita pelo próprio online					
Reserva/compra pelo próprio no destino					
Não precisei de fazer reservas/compra					

4. Indique o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de transporte em viagens/férias antes da pandemia. (1=Raramente; 5=Sempre)

	1	2	3	4	5
Carro próprio					
Carro alugado					
Caravana					
Comboio					
Autocarro					
Avião					
Círculo com vários meios de transporte					

5. Indique a sua sensação de segurança para praticar as seguintes atividades turísticas antes da pandemia. (1=Muito inseguro; 5=Muito seguro)

	1	2	3	4	5
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos					
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza...					
Visitar galerias de arte, museus, monumentos...					
Ir a praias oceânicas					
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)					
Assistir a concertos, festivais, espetáculos					
Visitar centros urbanos ou centros históricos					
Jantar em restaurantes					
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...					
Frequentar casinos e casas de jogo					
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno					
Fazer sightseeing e visitas organizadas					
Assistir a eventos desportivos					
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)					
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos					

II. CARACTERÍSTICAS DAS SUAS VIAGENS DURANTE E PÓS COVID-19

As questões deste grupo têm como objetivo identificar os seus comportamentos de viagem e turismo durante e após a pandemia COVID-19

1. Que cidades/destinos no Centro de Portugal visitou e continuará a visitar no período de pós-pandemia?

Abrantes	Coimbra	Meda	Sabugal
Águeda	Condeixa-a-nova	Mira	Santa Comba Dão
Aguiar da Beira	Constância	Miranda do Corvo	São Pedro do Sul
Albergaria-a-velha	Covilhã	Montemor-o-Velho	Sardoal
Alcanena	Entroncamento	Mortágua	Sátão
Alcobaça	Estarreja	Murtosa	Seia
Alenquer	Ferreira do Zêzere	Nazaré	Sertã
Almeida	Figueira da Foz	Nelas	Sever do Vouga
Alvaiázere	Figueira de Castelo Rodrigo	Óbidos	Sobral de Monte Agraço
Anadia	Figueiró dos Vinhos	Oleiros	Soure
Ansião	Fornos de Algodres	Oliveira de Frades	Tábua
Arganil	Fundão	Oliveira do Bairro	Tomar
Arruda dos Vinhos	Góis	Oliveira do Hospital	Tondela
Aveiro	Gouveia	Ovar	Torres Novas
Batalha	Guarda	Pampilhosa da Serra	Torres Vedras
Belmonte	Idanha-a-Nova	Pedrógão Grande	Trancoso
Bombarral	Ílhavo	Penacova	Vagos
Cadaval	Leiria	Penalva do Castelo	Vila de Rei
Caldas da Rainha	Lourinhã	Penamacor	Vila Nova da Barquinha
Cantanhede	Lousã	Panela	Vila Nova de Ourém
Carregal do Sal	Mação	Peniche	Vila Nova de Paiva
Castanheira de Pêra	Mangualde	Pinhel	Vila Nova de Poiares
Castelo Branco	Manteigas	Pombal	Vila Vela de Ródão
Castro Daire	Marinha Grande	Porto de Mós	Viscu
Celorico da Beira	Mealhada	Proença-a-Nova	Vouzela

2. Indique o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de alojamento em contexto de férias/lazer durante e após a pandemia. (1=Raramente; 5= Sempre)

	1	2	3	4	5
Hotel					
Alojamento Local					
Hostel					
Turismo em Espaço Rural					
Parque de campismo					
Casa de amigos/familiares					
Casa Própria					

3. Indique a forma de compra/planeamento preferidos para a suas viagens durante e após a pandemia. (1=Raramente; 5=Sempre)

	1	2	3	4	5
Operador/Agência de Viagem					
Reserva/compra feita pelo próprio online					
Reserva/compra pelo próprio no destino					
Não precisei de fazer reservas/compra					

4. Indique o grau de utilização/preferência dos seguintes tipos de transporte em viagens/férias durante e após a pandemia. (1=Raramente; 5=Sempre)

	1	2	3	4	5
Carro próprio					
Carro alugado					
Caravana					
Comboio					
Autocarro					
Avião					
Circuito com vários meios de transporte					

5. Indique a sua sensação de segurança para praticar as seguintes atividades turísticas durante e após a pandemia. (1=Muito inseguro; 5=Muito seguro)

	1	2	3	4	5
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos					
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza...					
Visitar galerias de arte, museus, monumentos...					
Ir a praias oceânicas					
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)					
Assistir a concertos, festivais, espetáculos					
Visitar centros urbanos ou centros históricos					
Jantar em restaurantes					
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...					
Frequentar casinos e casas de jogo					
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno					
Fazer sightseeing e visitas organizadas					
Assistir a eventos desportivos					
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)					
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos					

III. MEDIDAS DE HIGIENE E SEGURANÇA

Responda às seguintes questões sobre as medidas de higiene e segurança implementadas para minimizar o contágio da COVID-19

1. Indique o seu grau de concordância com as várias medidas de segurança impostas no contexto da atual pandemia. (1=Discordo totalmente; 5=Concordo completamente)

	1	2	3	4	5
Entrega ao domicílio de comida por parte da restauração (take-away)					
Distanciamento Social					
Uso obrigatório de máscara em locais fechados e transportes públicos					
Uso obrigatório de máscara em locais abertos com um grande aglomerado de pessoas					
Desinfecção e higienização das mãos					
Quarentena obrigatória (14 dias) a pessoas que chegam do estrangeiro					
Sistema de medição da temperatura em restaurantes, hotéis, aeroportos					
Serviço contactless em pagamentos multibanco					
O selo "Clean&Safe" e "Safe Travels"					
Definição de corredores de circulação nas praias/hotéis/aeroportos para evitar o contacto físico					
Limpeza e da desinfecção constante dos estabelecimentos					
Redução da lotação nos estabelecimentos públicos					
Check-in online no setor hoteleiro e aeroportos					
Imposição de serviço de enfermagem no setor hoteleiro e empresas para uso dos clientes					
Barreiras de proteção entre o cliente e o funcionário (Acrílicos)					
Indicação da não utilização de ar condicionado em locais fechados					
Constante formação aos funcionários das novas medidas de higienização implementadas por cada estabelecimento					
Uso frequente de esplanadas e espaços ao ar livre (sempre que possível)					
Cápsulas protetoras de uso individual na restauração (Plex/Eat)					
Camarotes, espalhados estrategicamente num recinto ao ar livre, nomeadamente para concertos, eventos					
Visitas guiadas online, nomeadamente a museus, centros históricos, etc.					
Retirada de objetos não importantes das salas de espera (revistas, folhetos, máquinas de café, etc. ...)					
Adoção de concertos musicais online para abranger um maior público e evitar o contacto físico					

2. Indique outras medidas de higiene e segurança que considera importantes no contexto da atual pandemia.

3. Tendo em conta a ameaça do coronavírus, quais as suas perceções de segurança quando viaja no seu país? (1=Discordo totalmente; 5=Concordo completamente)

	1	2	3	4	5
Viajar neste momento é arriscado					
Sinto-me confortável em viajar neste momento					
Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro					
Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras					
Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro					
Viajar com a minha família é muito seguro					
Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento					
Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras					
A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer					
A segurança é algo muito importante para mim					
A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos					
Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades					
Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou					
Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos					

4. Tendo em conta a ameaça do coronavírus, quais as suas perceções de segurança quando viaja no estrangeiro? (1=Discordo totalmente; 5=Concordo completamente)

	1	2	3	4	5
Viajar neste momento é arriscado					
Sinto-me confortável em viajar neste momento					
Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro					
Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras					
Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro					
Viajar com a minha família é muito seguro					
Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento					
Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras					
A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer					
A segurança é algo muito importante para mim					
A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos					
Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades					
Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou					
Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos					

IV. INFORMAÇÃO SÓCIO-DEMOGRÁFICA E CARACTERÍSTICAS DA PRESENTE VIAGEM

Estas questões referem-se aos seus dados demográficos e sociais e serão usados apenas como variáveis de controlo e segmentação.

1. Género

Feminino	
Masculino	
Outro	
Prefiro não indicar	

2. Ano de nascimento

3. Nível de escolaridade (exclui-se o ensino antes dos 5 anos de idade)*

Até 6 anos de escolaridade, inclusive	
Até 9 anos de escolaridade, inclusive	
Até 12 anos de escolaridade, inclusive	
Universidade	

4. Ocupação Profissional

Empresário(a) em nome individual	
Profissional liberal	
Quadro médio/superior	
Funcionário(a) comercial ou administrativo	
Operário(a)	
Pensionista/Reformado(a)	
Doméstica/Desempregado(a)	
Estudante	
Trabalhador/estudante	

5. País de Residência

6. Região/província de residência

Obrigada pela sua participação!

Apêndice II: Inferência Estatística - Tabela de Frequência**1. Tabela de Frequências sobre a utilização/preferência dos vários alojamentos num contexto pré-pandemia**

		Hotel Pré-Pandemia			
		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	60	18,8	18,8	18,8
	Às vezes	39	12,2	12,2	30,9
	Muitas Vezes	51	15,9	15,9	46,9
	Quase Sempre	94	29,4	29,4	76,3
	Sempre	76	23,8	23,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

		Alojamento Local Pré-Pandemia			
		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	79	24,7	24,7	24,7
	Às Vezes	32	10,0	10,0	34,7
	Muitas Vezes	57	17,8	17,8	52,5
	Quase Sempre	99	30,9	30,9	83,4
	Sempre	53	16,6	16,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

		Hostel Pré-Pandemia			
		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	173	54,1	54,1	54,1
	Às Vezes	44	13,8	13,8	67,8
	Muitas vezes	46	14,4	14,4	82,2
	Quase Sempre	47	14,7	14,7	96,9
	Sempre	10	3,1	3,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Turismo em Espaço Rural Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	109	34,1	34,1	34,1
	Às Vezes	44	13,8	13,8	47,8
	Muitas vezes	72	22,5	22,5	70,3
	Quase Sempre	56	17,5	17,5	87,8
	Sempre	39	12,2	12,2	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Parque Campismo Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	193	60,3	60,3	60,3
	Às Vezes	39	12,2	12,2	72,5
	Muitas Vezes	40	12,5	12,5	85,0
	Quase Sempre	35	10,9	10,9	95,9
	Sempre	13	4,1	4,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Casa de amigos/familiares Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	97	30,3	30,3	30,3
	Às vezes	43	13,4	13,4	43,8
	Muitas vezes	58	18,1	18,1	61,9
	Quase Sempre	62	19,4	19,4	81,3
	Sempre	60	18,8	18,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Casa Própria Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	198	61,9	61,9	61,9
	Às Vezes	20	6,3	6,3	68,1
	Muitas vezes	30	9,4	9,4	77,5
	Quase Sempre	25	7,8	7,8	85,3
	Sempre	47	14,7	14,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

2. Tabela de Frequências sobre a forma de compra/planeamento das viagens num contexto pré-pandemia

Operador/Agência de Viagem Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	216	67,5	67,5	67,5
	Às Vezes	37	11,6	11,6	79,1
	Muitas vezes	31	9,7	9,7	88,8
	Quase Sempre	18	5,6	5,6	94,4
	Sempre	18	5,6	5,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Reserva/compra feita pelo próprio online Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	33	10,3	10,3	10,3
	Às vezes	8	2,5	2,5	12,8
	Muitas Vezes	38	11,9	11,9	24,7
	Quase Sempre	90	28,1	28,1	52,8
	Sempre	151	47,2	47,2	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Reserva/compra pelo próprio no destino Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	163	50,9	50,9	50,9
	Às Vezes	47	14,7	14,7	65,6
	Muitas Vezes	50	15,6	15,6	81,3
	Quase Sempre	35	10,9	10,9	92,2
	Sempre	25	7,8	7,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Não precisei de fazer reservas/compra Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	186	58,1	58,1	58,1
	Às Vezes	36	11,3	11,3	69,4
	Muitas Vezes	30	9,4	9,4	78,8
	Quase Sempre	31	9,7	9,7	88,4
	Sempre	37	11,6	11,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

3. Tabela de Frequências sobre o grau de utilização/preferência dos vários transportes num contexto pré-pandemia

Carro Próprio Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	18	5,6	5,6	5,6
	Às Vezes	2	,6	,6	6,3
	Muitas Vezes	15	4,7	4,7	10,9
	Quase Sempre	80	25,0	25,0	35,9
	Sempre	205	64,1	64,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Carro Alugado Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	237	74,1	74,1	74,1
	Às Vezes	35	10,9	10,9	85,0
	Muitas Vezes	14	4,4	4,4	89,4
	Quase Sempre	24	7,5	7,5	96,9
	Sempre	10	3,1	3,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Caravana Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	273	85,3	85,3	85,3
	Às Vezes	14	4,4	4,4	89,7
	Muitas Vezes	15	4,7	4,7	94,4
	Quase Sempre	13	4,1	4,1	98,4
	Sempre	5	1,6	1,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Comboio Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	136	42,5	42,5	42,5
	Às Vezes	40	12,5	12,5	55,0
	Muitas Vezes	50	15,6	15,6	70,6
	Quase Sempre	70	21,9	21,9	92,5
	Sempre	24	7,5	7,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Autocarro Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	152	47,5	47,5	47,5
	Às Vezes	33	10,3	10,3	57,8
	Muitas Vezes	59	18,4	18,4	76,3
	Quase Sempre	59	18,4	18,4	94,7
	Sempre	17	5,3	5,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Avião Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	124	38,8	38,8	38,8
	Às Vezes	27	8,4	8,4	47,2
	Muitas Vezes	54	16,9	16,9	64,1
	Quase Sempre	69	21,6	21,6	85,6
	Sempre	46	14,4	14,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Circuito com vários meios de transporte Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	169	52,8	52,8	52,8
	Às Vezes	44	13,8	13,8	66,6
	Muitas Vezes	51	15,9	15,9	82,5
	Quase Sempre	33	10,3	10,3	92,8
	Sempre	23	7,2	7,2	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

4. Tabela de Frequências sobre a sensação de segurança para a prática de várias atividades turísticas num contexto pré-pandemia**Frequentar parques de diversões ou parques temáticos Pré-Pandemia**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	19	5,9	5,9	5,9
	Inseguro	14	4,4	4,4	10,3
	Indiferente	28	8,8	8,8	19,1
	Seguro	90	28,1	28,1	47,2
	Muito seguro	169	52,8	52,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	5	1,6	1,6	1,6
	Inseguro	3	,9	,9	2,5
	Indiferente	26	8,1	8,1	10,6
	Seguro	47	14,7	14,7	25,3
	Muito seguro	239	74,7	74,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Visitar galerias de arte, museus, monumentos Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	9	2,8	2,8	2,8
	Inseguro	11	3,4	3,4	6,3
	Indiferente	18	5,6	5,6	11,9
	Seguro	47	14,7	14,7	26,6
	Muito seguro	235	73,4	73,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Ir a praias oceânicas Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	8	2,5	2,5	2,5
	Inseguro	6	1,9	1,9	4,4
	Indiferente	29	9,1	9,1	13,4
	Seguro	61	19,1	19,1	32,5
	Muito seguro	216	67,5	67,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Ir a praias fluviais (rios, lagos...) Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	9	2,8	2,8	2,8
	Inseguro	11	3,4	3,4	6,3
	Indiferente	40	12,5	12,5	18,8
	Seguro	83	25,9	25,9	44,7
	Muito seguro	177	55,3	55,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Assistir a concertos, festivais, espetáculos Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	16	5,0	5,0	5,0
	Inseguro	17	5,3	5,3	10,3
	Indiferente	28	8,8	8,8	19,1
	Seguro	71	22,2	22,2	41,3
	Muito seguro	188	58,8	58,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Visitar centros urbanos ou centros históricos Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	3	,9	,9	,9
	Inseguro	5	1,6	1,6	2,5
	Indiferente	30	9,4	9,4	11,9
	Seguro	50	15,6	15,6	27,5
	Muito seguro	232	72,5	72,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Jantar em restaurantes Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	6	1,9	1,9	1,9
	Inseguro	7	2,2	2,2	4,1
	Indiferente	21	6,6	6,6	10,6
	Seguro	52	16,3	16,3	26,9
	Muito seguro	234	73,1	73,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	7	2,2	2,2	2,2
	Inseguro	11	3,4	3,4	5,6
	Indiferente	26	8,1	8,1	13,8
	Seguro	65	20,3	20,3	34,1
	Muito seguro	211	65,9	65,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar casinos e casas de jogo Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	63	19,7	19,7	19,7
	Inseguro	22	6,9	6,9	26,6
	Indiferente	44	13,8	13,8	40,3
	Seguro	54	16,9	16,9	57,2
	Muito seguro	137	42,8	42,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	35	10,9	10,9	10,9
	Inseguro	28	8,8	8,8	19,7
	Indiferente	48	15,0	15,0	34,7
	Seguro	80	25,0	25,0	59,7
	Muito seguro	129	40,3	40,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Fazer *sightseeing* e visitas organizadas Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	26	8,1	8,1	8,1
	Inseguro	18	5,6	5,6	13,8
	Indiferente	39	12,2	12,2	25,9
	Seguro	63	19,7	19,7	45,6
	Muito seguro	174	54,4	54,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Assistir a eventos desportivos Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	32	10,0	10,0	10,0
	Inseguro	27	8,4	8,4	18,4
	Indiferente	47	14,7	14,7	33,1
	Seguro	65	20,3	20,3	53,4
	Muito seguro	149	46,6	46,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...) Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	39	12,2	12,2	12,2
	Inseguro	22	6,9	6,9	19,1
	Indiferente	26	8,1	8,1	27,2
	Seguro	53	16,6	16,6	43,8
	Muito seguro	180	56,3	56,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos Pré-Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	36	11,3	11,3	11,3
	Inseguro	25	7,8	7,8	19,1
	Indiferente	35	10,9	10,9	30,0
	Seguro	63	19,7	19,7	49,7
	Muito seguro	161	50,3	50,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

5. Tabela de Frequências sobre a utilização/preferência dos vários alojamentos num contexto pandémico

Hotel Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	105	32,8	32,8	32,8
	Às vezes	27	8,4	8,4	41,3
	Muitas Vezes	40	12,5	12,5	53,8
	Quase Sempre	62	19,4	19,4	73,1
	Sempre	86	26,9	26,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Alojamento Local Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	116	36,3	36,3	36,3
	Às vezes	29	9,1	9,1	45,3
	Muitas Vezes	43	13,4	13,4	58,8
	Quase Sempre	65	20,3	20,3	79,1
	Sempre	67	20,9	20,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Hostel Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	225	70,3	70,3	70,3
	Às vezes	31	9,7	9,7	80,0
	Muitas Vezes	24	7,5	7,5	87,5
	Quase Sempre	26	8,1	8,1	95,6
	Sempre	14	4,4	4,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Turismo em Espaço Rural Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	142	44,4	44,4	44,4
	Às vezes	27	8,4	8,4	52,8
	Muitas Vezes	55	17,2	17,2	70,0
	Quase Sempre	49	15,3	15,3	85,3
	Sempre	47	14,7	14,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Parque Campismo Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	220	68,8	68,8	68,8
	Às vezes	33	10,3	10,3	79,1
	Muitas Vezes	25	7,8	7,8	86,9
	Quase Sempre	25	7,8	7,8	94,7
	Sempre	17	5,3	5,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Casa de amigos/familiares Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	131	40,9	40,9	40,9
	Às vezes	38	11,9	11,9	52,8
	Muitas Vezes	38	11,9	11,9	64,7
	Quase Sempre	46	14,4	14,4	79,1
	Sempre	67	20,9	20,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Casa Própria Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	161	50,3	50,3	50,3
	Às vezes	12	3,8	3,8	54,1
	Muitas Vezes	19	5,9	5,9	60,0
	Quase Sempre	37	11,6	11,6	71,6
	Sempre	91	28,4	28,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

6. Tabela de Frequências sobre a forma de compra/planeamento das viagens num contexto pandémico**Operador/Agência de Viagem Durante Pandemia**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	218	68,1	68,1	68,1
	Às vezes	29	9,1	9,1	77,2
	Muitas Vezes	25	7,8	7,8	85,0
	Quase Sempre	29	9,1	9,1	94,1
	Sempre	19	5,9	5,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Reserva/compra feita pelo próprio online Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	62	19,4	19,4	19,4
	Às vezes	6	1,9	1,9	21,3
	Muitas Vezes	34	10,6	10,6	31,9
	Quase Sempre	55	17,2	17,2	49,1
	Sempre	163	50,9	50,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Reserva/compra feita pelo próprio online Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	186	58,1	58,1	58,1
	Às vezes	28	8,8	8,8	66,9
	Muitas Vezes	36	11,3	11,3	78,1
	Quase Sempre	35	10,9	10,9	89,1
	Sempre	35	10,9	10,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Não precisei de fazer reservas/compra Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	183	57,2	57,2	57,2
	Às vezes	20	6,3	6,3	63,4
	Muitas Vezes	32	10,0	10,0	73,4
	Quase Sempre	26	8,1	8,1	81,6
	Sempre	59	18,4	18,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

7. Tabela de Frequências sobre o grau de utilização/preferência dos vários transportes num contexto pré-pandemia**Carro Próprio Durante Pandemia**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	20	6,3	6,3	6,3
	Às vezes	3	,9	,9	7,2
	Muitas Vezes	5	1,6	1,6	8,8
	Quase Sempre	50	15,6	15,6	24,4
	Sempre	242	75,6	75,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Carro Alugado Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	230	71,9	71,9	71,9
	Às vezes	29	9,1	9,1	80,9
	Muitas Vezes	21	6,6	6,6	87,5
	Quase Sempre	22	6,9	6,9	94,4
	Sempre	18	5,6	5,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Caravana Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	250	78,1	78,1	78,1
	Às vezes	20	6,3	6,3	84,4
	Muitas Vezes	20	6,3	6,3	90,6
	Quase Sempre	18	5,6	5,6	96,3
	Sempre	12	3,8	3,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Comboio Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	171	53,4	53,4	53,4
	Às vezes	38	11,9	11,9	65,3
	Muitas Vezes	44	13,8	13,8	79,1
	Quase Sempre	46	14,4	14,4	93,4
	Sempre	21	6,6	6,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Autocarro Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	193	60,3	60,3	60,3
	Às vezes	43	13,4	13,4	73,8
	Muitas Vezes	31	9,7	9,7	83,4
	Quase Sempre	37	11,6	11,6	95,0
	Sempre	16	5,0	5,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Avião Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	171	53,4	53,4	53,4
	Às vezes	32	10,0	10,0	63,4
	Muitas Vezes	42	13,1	13,1	76,6
	Quase Sempre	44	13,8	13,8	90,3
	Sempre	31	9,7	9,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Circuito com vários meios de transporte Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Raramente	222	69,4	69,4	69,4
	Às vezes	35	10,9	10,9	80,3
	Muitas Vezes	28	8,8	8,8	89,1
	Quase Sempre	23	7,2	7,2	96,3
	Sempre	12	3,8	3,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

8. Tabela de Frequências sobre a sensação de segurança para a prática de várias atividades turísticas num contexto pandémico**Frequentar parques de diversões ou parques temáticos Durante Pandemia**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	115	35,9	35,9	35,9
	Inseguro	65	20,3	20,3	56,3
	Indiferente	80	25,0	25,0	81,3
	Seguro	42	13,1	13,1	94,4
	Muito seguro	18	5,6	5,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	15	4,7	4,7	4,7
	Inseguro	16	5,0	5,0	9,7
	Indiferente	43	13,4	13,4	23,1
	Seguro	96	30,0	30,0	53,1
	Muito seguro	150	46,9	46,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Visitar galerias de arte, museus, monumentos Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	44	13,8	13,8	13,8
	Inseguro	48	15,0	15,0	28,7
	Indiferente	90	28,1	28,1	56,9
	Seguro	74	23,1	23,1	80,0
	Muito seguro	64	20,0	20,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Ir a praias oceânicas Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	19	5,9	5,9	5,9
	Inseguro	33	10,3	10,3	16,3
	Indiferente	77	24,1	24,1	40,3
	Seguro	83	25,9	25,9	66,3
	Muito seguro	108	33,8	33,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Ir a praias fluviais (rios, lagos...) Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	23	7,2	7,2	7,2
	Inseguro	36	11,3	11,3	18,4
	Indiferente	90	28,1	28,1	46,6
	Seguro	88	27,5	27,5	74,1
	Muito seguro	83	25,9	25,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Assistir a concertos, festivais, espetáculos Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	119	37,2	37,2	37,2
	Inseguro	68	21,3	21,3	58,4
	Indiferente	74	23,1	23,1	81,6
	Seguro	38	11,9	11,9	93,4
	Muito seguro	21	6,6	6,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Visitar centros urbanos ou centros históricos Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	30	9,4	9,4	9,4
	Inseguro	55	17,2	17,2	26,6
	Indiferente	87	27,2	27,2	53,8
	Seguro	77	24,1	24,1	77,8
	Muito seguro	71	22,2	22,2	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Jantar em restaurantes Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	53	16,6	16,6	16,6
	Inseguro	57	17,8	17,8	34,4
	Indiferente	92	28,7	28,7	63,1
	Seguro	68	21,3	21,3	84,4
	Muito seguro	50	15,6	15,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	59	18,4	18,4	18,4
	Inseguro	79	24,7	24,7	43,1
	Indiferente	92	28,7	28,7	71,9
	Seguro	55	17,2	17,2	89,1
	Muito seguro	35	10,9	10,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar casinos e casas de jogo Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	166	51,9	51,9	51,9
	Inseguro	57	17,8	17,8	69,7
	Indiferente	64	20,0	20,0	89,7
	Seguro	20	6,3	6,3	95,9
	Muito seguro	13	4,1	4,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	190	59,4	59,4	59,4
	Inseguro	55	17,2	17,2	76,6
	Indiferente	48	15,0	15,0	91,6
	Seguro	13	4,1	4,1	95,6
	Muito seguro	14	4,4	4,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Fazer *sightseeing* e visitas organizadas Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	85	26,6	26,6	26,6
	Inseguro	65	20,3	20,3	46,9
	Indiferente	85	26,6	26,6	73,4
	Seguro	47	14,7	14,7	88,1
	Muito seguro	38	11,9	11,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Assistir a eventos desportivos Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	129	40,3	40,3	40,3
	Inseguro	63	19,7	19,7	60,0
	Indiferente	66	20,6	20,6	80,6
	Seguro	38	11,9	11,9	92,5
	Muito seguro	24	7,5	7,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	148	46,3	46,3	46,3
	Inseguro	56	17,5	17,5	63,7
	Indiferente	60	18,8	18,8	82,5
	Seguro	28	8,8	8,8	91,3
	Muito seguro	28	8,8	8,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos Durante Pandemia

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Muito inseguro	120	37,5	37,5	37,5
	Inseguro	67	20,9	20,9	58,4
	Indiferente	73	22,8	22,8	81,3
	Seguro	33	10,3	10,3	91,6
	Muito seguro	27	8,4	8,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

9. Tabela de Frequências sobre o grau de concordância com as várias medidas de segurança impostas pelo governo num contexto pandémico

Entrega ao domicílio de comida por parte da restauração (*take-away*)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	6	1,9	1,9	1,9
	Discordo	8	2,5	2,5	4,4
	Nem concordo nem discordo	34	10,6	10,6	15,0
	Concordo	64	20,0	20,0	35,0
	Concordo totalmente	208	65,0	65,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Distanciamento Social

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	3	,9	,9	,9
	Discordo	7	2,2	2,2	3,1
	Nem concordo nem discordo	12	3,8	3,8	6,9
	Concordo	26	8,1	8,1	15,0
	Concordo totalmente	272	85,0	85,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Uso obrigatório de máscara em locais fechados e transportes públicos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	3	,9	,9	,9
	Discordo	4	1,3	1,3	2,2
	Nem concordo nem discordo	13	4,1	4,1	6,3
	Concordo	16	5,0	5,0	11,3
	Concordo totalmente	284	88,8	88,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Uso obrigatório de máscara em locais abertos com um grande aglomerado de pessoas

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	5	1,6	1,6	1,6
	Discordo	7	2,2	2,2	3,8
	Nem concordo nem discordo	19	5,9	5,9	9,7
	Concordo	29	9,1	9,1	18,8
	Concordo totalmente	260	81,3	81,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Desinfeção e higienização das mãos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	2	,6	,6	,6
	Discordo	6	1,9	1,9	2,5
	Nem concordo nem discordo	12	3,8	3,8	6,3
	Concordo	17	5,3	5,3	11,6
	Concordo totalmente	283	88,4	88,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Quarentena obrigatória (14 dias) a pessoas que chegam do estrangeiro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	8	2,5	2,5	2,5
	Discordo	13	4,1	4,1	6,6
	Nem concordo nem discordo	46	14,4	14,4	20,9
	Concordo	65	20,3	20,3	41,3
	Concordo totalmente	188	58,8	58,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sistema de medição da temperatura em restaurantes, hotéis, aeroportos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	10	3,1	3,1	3,1
	Discordo	10	3,1	3,1	6,3
	Nem concordo nem discordo	24	7,5	7,5	13,8
	Concordo	47	14,7	14,7	28,4
	Concordo totalmente	229	71,6	71,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Serviço *contactless* em pagamentos multibanco

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	10	3,1	3,1	3,1
	Discordo	11	3,4	3,4	6,6
	Nem concordo nem discordo	21	6,6	6,6	13,1
	Concordo	27	8,4	8,4	21,6
	Concordo totalmente	251	78,4	78,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

O selo "*Clean&Safe*" e "*Safe Travels*"

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	8	2,5	2,5	2,5
	Discordo	15	4,7	4,7	7,2
	Nem concordo nem discordo	38	11,9	11,9	19,1
	Concordo	54	16,9	16,9	35,9
	Concordo totalmente	205	64,1	64,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Definição de corredores de circulação nas praias/hotéis/aeroportos para evitar o contacto físico

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	6	1,9	1,9	1,9
	Discordo	13	4,1	4,1	5,9
	Nem concordo nem discordo	25	7,8	7,8	13,8
	Concordo	52	16,3	16,3	30,0
	Concordo totalmente	224	70,0	70,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Limpeza e da desinfeção constante dos estabelecimentos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	2	,6	,6	,6
	Discordo	10	3,1	3,1	3,8
	Nem concordo nem discordo	9	2,8	2,8	6,6
	Concordo	22	6,9	6,9	13,4
	Concordo totalmente	277	86,6	86,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Redução da lotação nos estabelecimentos públicos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	3	,9	,9	,9
	Discordo	8	2,5	2,5	3,4
	Nem concordo nem discordo	13	4,1	4,1	7,5
	Concordo	42	13,1	13,1	20,6
	Concordo totalmente	254	79,4	79,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Check-in online no setor hoteleiro e aeroportos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	4	1,3	1,3	1,3
	Discordo	14	4,4	4,4	5,6
	Nem concordo nem discordo	22	6,9	6,9	12,5
	Concordo	54	16,9	16,9	29,4
	Concordo totalmente	226	70,6	70,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Imposição de serviço de enfermagem no setor hoteleiro e empresas para uso dos clientes

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	17	5,3	5,3	5,3
	Discordo	19	5,9	5,9	11,3
	Nem concordo nem discordo	56	17,5	17,5	28,7
	Concordo	77	24,1	24,1	52,8
	Concordo totalmente	151	47,2	47,2	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Barreiras de proteção entre o cliente e o funcionário (Acrílicos)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	5	1,6	1,6	1,6
	Discordo	7	2,2	2,2	3,8
	Nem concordo nem discordo	25	7,8	7,8	11,6
	Concordo	51	15,9	15,9	27,5
	Concordo totalmente	232	72,5	72,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Indicação da não utilização de ar condicionado em locais fechados

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	22	6,9	6,9	6,9
	Discordo	18	5,6	5,6	12,5
	Nem concordo nem discordo	61	19,1	19,1	31,6
	Concordo	77	24,1	24,1	55,6
	Concordo totalmente	142	44,4	44,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Constante formação aos funcionários das novas medidas de higienização implementadas por cada estabelecimento

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	3	,9	,9	,9
	Discordo	10	3,1	3,1	4,1
	Nem concordo nem discordo	23	7,2	7,2	11,3
	Concordo	45	14,1	14,1	25,3
	Concordo totalmente	239	74,7	74,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Uso frequente de esplanadas e espaços ao ar livre (sempre que possível)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	2	,6	,6	,6
	Discordo	8	2,5	2,5	3,1
	Nem concordo nem discordo	22	6,9	6,9	10,0
	Concordo	54	16,9	16,9	26,9
	Concordo totalmente	234	73,1	73,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Cápsulas protetoras de uso individual na restauração (*Plex'Eat*)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	21	6,6	6,6	6,6
	Discordo	20	6,3	6,3	12,8
	Nem concordo nem discordo	71	22,2	22,2	35,0
	Concordo	58	18,1	18,1	53,1
	Concordo totalmente	150	46,9	46,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Camarotes, espalhados estrategicamente num recinto ao ar livre, nomeadamente para concertos, eventos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	27	8,4	8,4	8,4
	Discordo	18	5,6	5,6	14,1
	Nem concordo nem discordo	55	17,2	17,2	31,3
	Concordo	63	19,7	19,7	50,9
	Concordo totalmente	157	49,1	49,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Visitas guiadas online, nomeadamente a museus, centros históricos, etc...

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	25	7,8	7,8	7,8
	Discordo	25	7,8	7,8	15,6
	Nem concordo nem discordo	63	19,7	19,7	35,3
	Concordo	71	22,2	22,2	57,5
	Concordo totalmente	136	42,5	42,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Retirada de objetos não importantes das salas de espera (revistas, folhetos, máquinas de café.

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	14	4,4	4,4	4,4
	Discordo	16	5,0	5,0	9,4
	Nem concordo nem discordo	38	11,9	11,9	21,3
	Concordo	64	20,0	20,0	41,3
	Concordo totalmente	188	58,8	58,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Adoção de concertos musicais online para abranger um maior público e evitar o contacto físico

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	19	5,9	5,9	5,9
	Discordo	28	8,8	8,8	14,7
	Nem concordo nem discordo	41	12,8	12,8	27,5
	Concordo	76	23,8	23,8	51,2
	Concordo totalmente	156	48,8	48,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

10. Tabela de Frequências sobre a perceção de segurança quando viaja no seu país**Viajar neste momento é arriscado**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	19	5,9	5,9	5,9
	Discordo	36	11,3	11,3	17,2
	Nem concordo nem discordo	83	25,9	25,9	43,1
	Concordo	83	25,9	25,9	69,1
	Concordo totalmente	99	30,9	30,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sinto-me confortável em viajar neste momento

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	81	25,3	25,3	25,3
	Discordo	70	21,9	21,9	47,2
	Nem concordo nem discordo	85	26,6	26,6	73,8
	Concordo	54	16,9	16,9	90,6
	Concordo totalmente	30	9,4	9,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sinto-me confortável em viajar neste momento

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	81	25,3	25,3	25,3
	Discordo	89	27,8	27,8	53,1
	Nem concordo nem discordo	99	30,9	30,9	84,1
	Concordo	34	10,6	10,6	94,7
	Concordo totalmente	17	5,3	5,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	64	20,0	20,0	20,0
	Discordo	86	26,9	26,9	46,9
	Nem concordo nem discordo	104	32,5	32,5	79,4
	Concordo	48	15,0	15,0	94,4
	Concordo totalmente	18	5,6	5,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	88	27,5	27,5	27,5
	Discordo	102	31,9	31,9	59,4
	Nem concordo nem discordo	92	28,7	28,7	88,1
	Concordo	27	8,4	8,4	96,6
	Concordo totalmente	11	3,4	3,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viajar com a minha família é muito seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	57	17,8	17,8	17,8
	Discordo	79	24,7	24,7	42,5
	Nem concordo nem discordo	95	29,7	29,7	72,2
	Concordo	60	18,8	18,8	90,9
	Concordo totalmente	29	9,1	9,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viajar com a minha família é muito seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	32	10,0	10,0	10,0
	Discordo	41	12,8	12,8	22,8
	Nem concordo nem discordo	71	22,2	22,2	45,0
	Concordo	97	30,3	30,3	75,3
	Concordo totalmente	79	24,7	24,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	20	6,3	6,3	6,3
	Discordo	22	6,9	6,9	13,1
	Nem concordo nem discordo	81	25,3	25,3	38,4
	Concordo	102	31,9	31,9	70,3
	Concordo totalmente	95	29,7	29,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	6	1,9	1,9	1,9
	Discordo	13	4,1	4,1	5,9
	Nem concordo nem discordo	43	13,4	13,4	19,4
	Concordo	83	25,9	25,9	45,3
	Concordo totalmente	175	54,7	54,7	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A segurança é algo muito importante para mim

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	1	,3	,3	,3
	Discordo	3	,9	,9	1,3
	Nem concordo nem discordo	30	9,4	9,4	10,6
	Concordo	74	23,1	23,1	33,8
	Concordo totalmente	212	66,3	66,3	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	23	7,2	7,2	7,2
	Discordo	29	9,1	9,1	16,3
	Nem concordo nem discordo	45	14,1	14,1	30,3
	Concordo	74	23,1	23,1	53,4
	Concordo totalmente	149	46,6	46,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	61	19,1	19,1	19,1
	Discordo	59	18,4	18,4	37,5
	Nem concordo nem discordo	88	27,5	27,5	65,0
	Concordo	62	19,4	19,4	84,4
	Concordo totalmente	50	15,6	15,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	16	5,0	5,0	5,0
	Discordo	14	4,4	4,4	9,4
	Nem concordo nem discordo	48	15,0	15,0	24,4
	Concordo	82	25,6	25,6	50,0
	Concordo totalmente	160	50,0	50,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	6	1,9	1,9	1,9
	Discordo	6	1,9	1,9	3,8
	Nem concordo nem discordo	36	11,3	11,3	15,0
	Concordo	72	22,5	22,5	37,5
	Concordo totalmente	200	62,5	62,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

11. Tabela de Frequências sobre a perceção de segurança quando viaja no estrangeiro**Viajar neste momento é arriscado**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	19	5,9	5,9	5,9
	Discordo	19	5,9	5,9	11,9
	Nem concordo nem discordo	56	17,5	17,5	29,4
	Concordo	56	17,5	17,5	46,9
	Concordo totalmente	170	53,1	53,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sinto-me confortável em viajar neste momento

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	147	45,9	45,9	45,9
	Discordo	61	19,1	19,1	65,0
	Nem concordo nem discordo	68	21,3	21,3	86,3
	Concordo	28	8,8	8,8	95,0
	Concordo totalmente	16	5,0	5,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	128	40,0	40,0	40,0
	Discordo	77	24,1	24,1	64,1
	Nem concordo nem discordo	85	26,6	26,6	90,6
	Concordo	20	6,3	6,3	96,9
	Concordo totalmente	10	3,1	3,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	119	37,2	37,2	37,2
	Discordo	79	24,7	24,7	61,9
	Nem concordo nem discordo	82	25,6	25,6	87,5
	Concordo	29	9,1	9,1	96,6
	Concordo totalmente	11	3,4	3,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	138	43,1	43,1	43,1
	Discordo	81	25,3	25,3	68,4
	Nem concordo nem discordo	74	23,1	23,1	91,6
	Concordo	18	5,6	5,6	97,2
	Concordo totalmente	9	2,8	2,8	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Viajar com a minha família é muito seguro

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	109	34,1	34,1	34,1
	Discordo	72	22,5	22,5	56,6
	Nem concordo nem discordo	81	25,3	25,3	81,9
	Concordo	34	10,6	10,6	92,5
	Concordo totalmente	24	7,5	7,5	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	30	9,4	9,4	9,4
	Discordo	27	8,4	8,4	17,8
	Nem concordo nem discordo	74	23,1	23,1	40,9
	Concordo	71	22,2	22,2	63,1
	Concordo totalmente	118	36,9	36,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	26	8,1	8,1	8,1
	Discordo	26	8,1	8,1	16,3
	Nem concordo nem discordo	79	24,7	24,7	40,9
	Concordo	72	22,5	22,5	63,4
	Concordo totalmente	117	36,6	36,6	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	9	2,8	2,8	2,8
	Discordo	10	3,1	3,1	5,9
	Nem concordo nem discordo	53	16,6	16,6	22,5
	Concordo	61	19,1	19,1	41,6
	Concordo totalmente	187	58,4	58,4	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A segurança é algo muito importante para mim

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	3	,9	,9	,9
	Discordo	7	2,2	2,2	3,1
	Nem concordo nem discordo	35	10,9	10,9	14,1
	Concordo	57	17,8	17,8	31,9
	Concordo totalmente	218	68,1	68,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	20	6,3	6,3	6,3
	Discordo	24	7,5	7,5	13,8
	Nem concordo nem discordo	48	15,0	15,0	28,7
	Concordo	65	20,3	20,3	49,1
	Concordo totalmente	163	50,9	50,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	48	15,0	15,0	15,0
	Discordo	47	14,7	14,7	29,7
	Nem concordo nem discordo	86	26,9	26,9	56,6
	Concordo	53	16,6	16,6	73,1
	Concordo totalmente	86	26,9	26,9	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	13	4,1	4,1	4,1
	Discordo	8	2,5	2,5	6,6
	Nem concordo nem discordo	52	16,3	16,3	22,8
	Concordo	77	24,1	24,1	46,9
	Concordo totalmente	170	53,1	53,1	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Discordo totalmente	10	3,1	3,1	3,1
	Discordo	9	2,8	2,8	5,9
	Nem concordo nem discordo	39	12,2	12,2	18,1
	Concordo	70	21,9	21,9	40,0
	Concordo totalmente	192	60,0	60,0	100,0
	Total	320	100,0	100,0	

Apêndice III: Inferência Estatística – Teste do Sinal

1. Teste de duas amostras relacionadas: Alojamento

Teste do Sinal: Hotel Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	HotelPP - HotelAP	
HotelPP - HotelAP	Diferenças Negativas ^a	94	Z	-2,482
	Diferenças Positivas ^b	62	Significância Sig. (bilateral)	,013
	Empates ^c	164	a. Teste de Sinal	
	Total	320		

a. HotelPP < HotelAP

b. HotelPP > HotelAP

c. HotelPP = HotelAP

Teste do Sinal: Alojamento Local Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	AlojamentoLocalPP - AlojamentoLocalAP	
AlojamentoLocalPP - AlojamentoLocalAP	Diferenças Negativas ^a	91	Z	-1,493
	Diferenças Positivas ^b	71	Significância Sig. (bilateral)	,135
	Empates ^c	158	a. Teste de Sinal	
	Total	320		

a. AlojamentoLocalPP < AlojamentoLocalAP

b. AlojamentoLocalPP > AlojamentoLocalAP

c. AlojamentoLocalPP = AlojamentoLocalAP

Teste do Sinal: Hostel Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	HostelPP - HostelAP	
HostelPP - HostelAP	Diferenças Negativas ^a	87	Z	-5,177
	Diferenças Positivas ^b	30	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	203	a. Teste de Sinal	
	Total	320		

a. HostelPP < HostelAP

b. HostelPP > HostelAP

c. HostelPP = HostelAP

Teste do Sinal: Turismo em Espaço Rural Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
TurismoEspaçoRuralPP -	Diferenças Negativas ^a	77
TurismoEspaçoRuralAP	Diferenças Positivas ^b	66
	Empates ^c	177
	Total	320

a. TurismoEspaçoRuralPP < TurismoEspaçoRuralAP

b. TurismoEspaçoRuralPP > TurismoEspaçoRuralAP

c. TurismoEspaçoRuralPP = TurismoEspaçoRuralAP

Estatísticas de teste ^a		TurismoEspaçoRuralPP - TurismoEspaçoRuralAP
Z		-,836
Significância Sig. (bilateral)		,403

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Parque de Campismo Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ParqueCampismoPP -	Diferenças Negativas ^a	67
ParqueCampismoAP	Diferenças Positivas ^b	36
	Empates ^c	217
	Total	320

a. ParqueCampismoPP < ParqueCampismoAP

b. ParqueCampismoPP > ParqueCampismoAP

c. ParqueCampismoPP = ParqueCampismoAP

Estatísticas de teste ^a		ParqueCampismoPP - ParqueCampismoAP
Z		-2,956
Significância Sig. (bilateral)		,003

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Casa de amigos/familiares Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CasaAmigosFamiliaresPP -	Diferenças Negativas ^a	85
CasaAmigosFamiliaresAP	Diferenças Positivas ^b	59
	Empates ^c	176
	Total	320

a. CasaAmigosFamiliaresPP < CasaAmigosFamiliaresAP

b. CasaAmigosFamiliaresPP > CasaAmigosFamiliaresAP

c. CasaAmigosFamiliaresPP = CasaAmigosFamiliaresAP

Estatísticas de teste ^a		CasaAmigosFamiliaresPP - CasaAmigosFamiliaresAP
Z		-2,083
Significância Sig. (bilateral)		,037

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Casa Própria Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CasaPrópriaPP -	Diferenças Negativas ^a	21
CasaPrópriaAP	Diferenças Positivas ^b	94
	Empates ^c	205
	Total	320

a. CasaPrópriaAP < CasaPrópriaPP

b. CasaPrópriaPP > CasaPrópriaAP

c. CasaPrópriaPP = CasaPrópriaAP

Estatísticas de teste ^a		CasaPrópriaPP - CasaPrópriaAP
Z		-6,714
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

2. Teste de duas amostras relacionadas: Compra/planeamento

Teste do Sinal: Operador/Agência de Viagem Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
OperadorAgenciaViagemPP	Diferenças Negativas ^a	35
-	Diferenças Positivas ^b	54
OperadorAgenciaViagemAP	Empates ^c	231
	Total	320

a. OperadorAgenciaViagemPP < OperadorAgenciaViagemAP

b. OperadorAgenciaViagemPP > OperadorAgenciaViagemAP

c. OperadorAgenciaViagemPP = OperadorAgenciaViagemAP

Estatísticas de teste ^a	
	OperadorAgenciaViagemPP - OperadorAgenciaViagemAP
Z	-1,908
Significância Sig. (bilateral)	,056

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Reserva/compra feita pelo próprio online Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ReservaProprioOnlinePP -	Diferenças Negativas ^a	66
ReservaProprioOnlineAP	Diferenças Positivas ^b	54
	Empates ^c	200
	Total	320

a. ReservaProprioOnlinePP < ReservaProprioOnlineAP

b. ReservaProprioOnlinePP > ReservaProprioOnlineAP

c. ReservaProprioOnlinePP = ReservaProprioOnlineAP

Estatísticas de teste ^a	
	ReservaProprioOnlinePP - ReservaProprioOnlineAP
Z	-1,004
Significância Sig. (bilateral)	,315

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Reserva/compra pelo próprio no destino Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ReservaProprioDestinoPP -	Diferenças Negativas ^a	65
ReservaProprioDestinoAP	Diferenças Positivas ^b	55
	Empates ^c	200
	Total	320

a. ReservaProprioDestinoPP < ReservaProprioDestinoAP

b. ReservaProprioDestinoPP > ReservaProprioDestinoAP

c. ReservaProprioDestinoPP = ReservaProprioDestinoAP

Estatísticas de teste ^a	
	ReservaProprioDestinoPP - ReservaProprioDestinoAP
Z	-,822
Significância Sig. (bilateral)	,411

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Não precisei de fazer reservas/compra Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
SemReservaPP -	Diferenças Negativas ^a	44
SemReservaAP	Diferenças Positivas ^b	67
	Empates ^c	209
	Total	320

a. SemReservaPP < SemReservaAP

b. SemReservaPP > SemReservaAP

c. SemReservaPP = SemReservaAP

Estatísticas de teste ^a	
	SemReservaPP - SemReservaAP
Z	-2,088
Significância Sig. (bilateral)	,037

a. Teste de Sinal

3. Teste de duas amostras relacionadas: Transporte

Teste do Sinal: Carro próprio Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CarroProprioPP -	Diferenças Negativas ^a	21
CarroProprioAP	Diferenças Positivas ^b	62
	Empates ^c	237
	Total	320

a. CarroProprioPP < CarroProprioAP

b. CarroProprioPP > CarroProprioAP

c. CarroProprioPP = CarroProprioAP

Estatísticas de teste ^a	
	CarroProprioPP - CarroProprioAP
Z	-4,391
Significância Sig. (bilateral)	,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Carro alugado Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CarroAlugadoPP -	Diferenças Negativas ^a	30
CarroAlugadoAP	Diferenças Positivas ^b	46
	Empates ^c	244
	Total	320

a. CarroAlugadoPP < CarroAlugadoAP

b. CarroAlugadoPP > CarroAlugadoAP

c. CarroAlugadoPP = CarroAlugadoAP

Estatísticas de teste ^a	
	CarroAlugadoPP - CarroAlugadoAP
Z	-1,721
Significância Sig. (bilateral)	,085

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Caravana Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CaravanaPP - CaravanaAP	Diferenças Negativas ^a	13
	Diferenças Positivas ^b	43
	Empates ^c	264
	Total	320

a. CaravanaPP < CaravanaAP

b. CaravanaPP > CaravanaAP

c. CaravanaPP = CaravanaAP

Estatísticas de teste ^a		CaravanaPP - CaravanaAP
Z		-3,875
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Comboio Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ComboioPP - ComboioAP	Diferenças Negativas ^a	95
	Diferenças Positivas ^b	45
	Empates ^c	180
	Total	320

a. ComboioPP < ComboioAP

b. ComboioPP > ComboioAP

c. ComboioPP = ComboioAP

Estatísticas de teste ^a		ComboioPP - ComboioAP
Z		-4,141
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Autocarro Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
AutocarroPP - AutocarroAP	Diferenças Negativas ^a	98
	Diferenças Positivas ^b	33
	Empates ^c	189
	Total	320

a. AutocarroPP < AutocarroAP

b. AutocarroPP > AutocarroAP

c. AutocarroPP = AutocarroAP

Estatísticas de teste ^a		AutocarroPP - AutocarroAP
Z		-5,592
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Avião Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
AviaoPP - AviaoAP	Diferenças Negativas ^a	104
	Diferenças Positivas ^b	39
	Empates ^c	177
	Total	320

a. AviaoPP < AviaoAP

b. AviaoPP > AviaoAP

c. AviaoPP = AviaoAP

Estatísticas de teste ^a		AviaoPP - AviaoAP
Z		-5,352
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Circuito com vários meios de transporte Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CircuitoPP - CircuitoAP	Diferenças Negativas ^a	93
	Diferenças Positivas ^b	26
	Empates ^c	201
	Total	320

a. CircuitoPP < CircuitoAP

b. CircuitoPP > CircuitoAP

c. CircuitoPP = CircuitoAP

Estatísticas de teste ^a		CircuitoPP - CircuitoAP
Z		-6,050
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

4. Teste de duas amostras relacionadas: sensação de segurança para praticar as seguintes atividades turísticas

Teste do Sinal: Frequentar parques de diversões ou parques temáticos Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ParquesDiversaoTematicosPP - ParquesDiversaoTematicosAP	Diferenças Negativas ^a	256
	Diferenças Positivas ^b	13
	Empates ^c	51
	Total	320

a. ParquesDiversaoTematicosPP < ParquesDiversaoTematicosAP

b. ParquesDiversaoTematicosPP > ParquesDiversaoTematicosAP

c. ParquesDiversaoTematicosPP = ParquesDiversaoTematicosAP

Estatísticas de teste ^a		ParquesDiversaoTematicosPP - ParquesDiversaoTematicosAP
Z		-14,755
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	ParquesNaturaisPP - ParquesNaturaisAP	
ParquesNaturaisPP -	Diferenças Negativas ^a	126	Z	-8,690
ParquesNaturaisAP	Diferenças Positivas ^b	20	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	174		
	Total	320		

a. ParquesNaturaisPP < ParquesNaturaisAP

b. ParquesNaturaisPP > ParquesNaturaisAP

c. ParquesNaturaisPP = ParquesNaturaisAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Visitar galerias de arte, museus, monumentos Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	GaleriasPP - GaleriasAP	
GaleriasPP - GaleriasAP	Diferenças Negativas ^a	212	Z	-13,200
	Diferenças Positivas ^b	13	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	95		
	Total	320		

a. GaleriasPP < GaleriasAP

b. GaleriasPP > GaleriasAP

c. GaleriasPP = GaleriasAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Ir a praias oceânicas Pré e Durante Pandemia

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	PraiasOceanicasPP - PraiasOceanicasAP	
PraiasOceanicasPP -	Diferenças Negativas ^a	158	Z	-10,062
PraiasOceanicasAP	Diferenças Positivas ^b	22	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	140		
	Total	320		

a. PraiasOceanicasPP < PraiasOceanicasAP

b. PraiasOceanicasPP > PraiasOceanicasAP

c. PraiasOceanicasPP = PraiasOceanicasAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Ir a praias fluviais (rios, lagos...) Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
PraiasFluviaisPP -	Diferenças Negativas ^a	163
PraiasFluviaisAP	Diferenças Positivas ^b	28
	Empates ^c	129
	Total	320

a. PraiasFluviaisPP < PraiasFluviaisAP

b. PraiasFluviaisPP > PraiasFluviaisAP

c. PraiasFluviaisPP = PraiasFluviaisAP

Estatísticas de teste ^a		PraiasFluviaisPP - PraiasFluviaisAP
Z		-9,696
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Assistir a concertos, festivais, espetáculos Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ConcertosPP - ConcertosAP	Diferenças Negativas ^a	258
	Diferenças Positivas ^b	8
	Empates ^c	54
	Total	320

a. ConcertosPP < ConcertosAP

b. ConcertosPP > ConcertosAP

c. ConcertosPP = ConcertosAP

Estatísticas de teste ^a		ConcertosPP - ConcertosAP
Z		-15,267
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Visitar centros urbanos ou centros históricos Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CentrosUrbanosHistoricosPP -	Diferenças Negativas ^a	210
CentrosUrbanosHistoricosAP	Diferenças Positivas ^b	15
	Empates ^c	95
	Total	320

a. CentrosUrbanosHistoricosPP < CentrosUrbanosHistoricosAP

b. CentrosUrbanosHistoricosPP > CentrosUrbanosHistoricosAP

c. CentrosUrbanosHistoricosPP = CentrosUrbanosHistoricosAP

Estatísticas de teste ^a		CentrosUrbanosHistoricosPP - CentrosUrbanosHistoricosAP
Z		-12,933
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Jantar em restaurantes Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
JantarRestaurantePP - JantarRestauranteAP	Diferenças Negativas ^a	235
	Diferenças Positivas ^b	9
	Empates ^c	76
	Total	320

Estatísticas de teste ^a		JantarRestaurantePP - JantarRestauranteAP
Z		-14,404
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

a. JantarRestaurantePP < JantarRestauranteAP

b. JantarRestaurantePP > JantarRestauranteAP

c. JantarRestaurantePP = JantarRestauranteAP

Teste do Sinal: Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
ComprasPP - ComprasAP	Diferenças Negativas ^a	243
	Diferenças Positivas ^b	13
	Empates ^c	64
	Total	320

Estatísticas de teste ^a		ComprasPP - ComprasAP
Z		-14,312
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

a. ComprasPP < ComprasAP

b. ComprasPP > ComprasAP

c. ComprasPP = ComprasAP

Teste do Sinal: Frequentar casinos e casas de jogo Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
CasinosPP - CasinosAP	Diferenças Negativas ^a	218
	Diferenças Positivas ^b	6
	Empates ^c	96
	Total	320

Estatísticas de teste ^a		CasinosPP - CasinosAP
Z		-14,098
Significância Sig. (bilateral)		,000

a. Teste de Sinal

a. CasinosPP < CasinosAP

b. CasinosPP > CasinosAP

c. CasinosPP = CasinosAP

Teste do Sinal: Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno Pré e Durante Pandemia

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
SairNoitePP - SairNoiteAP	Diferenças Negativas ^a	246		SairNoitePP - SairNoiteAP
	Diferenças Positivas ^b	8	Z	-14,871
	Empates ^c	66	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Total	320		

- a. SairNoitePP < SairNoiteAP
- b. SairNoitePP > SairNoiteAP
- c. SairNoitePP = SairNoiteAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Fazer *sightseeing* e visitas organizadas Pré e Durante Pandemia

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
SightseeingPP - SightseeingAP	Diferenças Negativas ^a	209		SightseeingPP - SightseeingAP
	Diferenças Positivas ^b	23	Z	-12,146
	Empates ^c	88	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Total	320		

- a. SightseeingPP < SightseeingAP
- b. SightseeingPP > SightseeingAP
- c. SightseeingPP = SightseeingAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Assistir a eventos desportivos Pré e Durante Pandemia

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
EventosDesportivosPP - EventosDesportivosAP	Diferenças Negativas ^a	223		EventosDesportivosPP - EventosDesportivosAP
	Diferenças Positivas ^b	13	Z	-13,605
	Empates ^c	84	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Total	320		

- a. EventosDesportivosPP < EventosDesportivosAP
- b. EventosDesportivosPP > EventosDesportivosAP
- c. EventosDesportivosPP = EventosDesportivosAP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...) Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
AtividadesDesportivosPP -	Diferenças Negativas ^a	229
AtividadesDesportivosAP	Diferenças Positivas ^b	15
	Empates ^c	76
	Total	320

a. AtividadesDesportivosPP < AtividadesDesportivosAP

b. AtividadesDesportivosPP > AtividadesDesportivosAP

c. AtividadesDesportivosAP = AtividadesDesportivosAP

Estatísticas de teste ^a	
	AtividadesDesportivosPP - AtividadesDesportivosAP
Z	-13,636
Significância Sig. (bilateral)	,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos Pré e Durante Pandemia

Frequências		N
LocaisReligiososPP -	Diferenças Negativas ^a	222
LocaisReligiososAP	Diferenças Positivas ^b	9
	Empates ^c	89
	Total	320

a. LocaisReligiososPP < LocaisReligiososAP

b. LocaisReligiososPP > LocaisReligiososAP

c. LocaisReligiososPP = LocaisReligiososAP

Estatísticas de teste ^a	
	LocaisReligiososPP - LocaisReligiososAP
Z	-13,949
Significância Sig. (bilateral)	,000

a. Teste de Sinal

5. Teste de duas amostras relacionadas: percepções de segurança quando viaja no próprio país e no estrangeiro durante a pandemia

Teste do Sinal: Viajar neste momento é arriscado no estrangeiro e no próprio país

Frequências		N
ViajarArriscadoE -	Diferenças Negativas ^a	34
ViajarArriscadoP	Diferenças Positivas ^b	138
	Empates ^c	148
	Total	320

a. ViajarArriscadoE < ViajarArriscadoP

b. ViajarArriscadoE > ViajarArriscadoP

c. ViajarArriscadoE = ViajarArriscadoP

Estatísticas de teste ^a	
	ViajarArriscadoE - ViajarArriscadoP
Z	-7,854
Significância Sig. (bilateral)	,000

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Sinto-me confortável em viajar neste momento no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		ConfortavelViajarE - ConfortavelViajarP
ConfortavelViajarE -	Diferenças Negativas ^a	142	Z	-9,292
ConfortavelViajarP	Diferenças Positivas ^b	22	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	156		
	Total	320		

a. ConfortavelViajarE < ConfortavelViajarP

b. ConfortavelViajarE > ConfortavelViajarP

c. ConfortavelViajarE = ConfortavelViajarP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Fazer viagens de férias é perfeitamente seguro no estrangeiro no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		ViagensFeriasSeguroE - ViagensFeriasSeguroP
ViagensFeriasSeguroE -	Diferenças Negativas ^a	114	Z	-7,133
ViagensFeriasSeguroP	Diferenças Positivas ^b	28	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	178		
	Total	320		

a. ViagensFeriasSeguroE < ViagensFeriasSeguroP

b. ViagensFeriasSeguroE > ViagensFeriasSeguroP

c. ViagensFeriasSeguroE = ViagensFeriasSeguroP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Viagens de negócios/trabalho são perfeitamente seguras no estrangeiro no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		ViagensNegociosSegurasE - ViagensNegociosSegurasP
ViagensNegociosSegurasE -	Diferenças Negativas ^a	126	Z	-8,690
ViagensNegociosSegurasP	Diferenças Positivas ^b	20	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	174		
	Total	320		

a. ViagensNegociosSegurasE < ViagensNegociosSegurasP

b. ViagensNegociosSegurasE > ViagensNegociosSegurasP

c. ViagensNegociosSegurasE = ViagensNegociosSegurasP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: Viajar para visitar amigos e familiares é perfeitamente seguro no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	VisitarAmigosFamiliaresSeguroE -	
			VisitarAmigosFamiliaresSeguroP	
VisitarAmigosFamiliaresSeguroE -	Diferenças Negativas ^a	102	Z	-5,961
VisitarAmigosFamiliaresSeguroP	Diferenças Positivas ^b	32	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	186		
	Total	320		

a. Teste de Sinal

a. VisitarAmigosFamiliaresSeguroE < VisitarAmigosFamiliaresSeguroP
 b. VisitarAmigosFamiliaresSeguroE > VisitarAmigosFamiliaresSeguroP
 c. VisitarAmigosFamiliaresSeguroE = VisitarAmigosFamiliaresSeguroP

Teste do Sinal: Viajar com a minha família é muito seguro no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	ViajarcomFamiliaSeguroE -	
			ViajarcomFamiliaSeguroP	
ViajarcomFamiliaSeguroE -	Diferenças Negativas ^a	122	Z	-7,381
ViajarcomFamiliaSeguroP	Diferenças Positivas ^b	30	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	168		
	Total	320		

a. Teste de Sinal

a. ViajarcomFamiliaSeguroE < ViajarcomFamiliaSeguroP
 b. ViajarcomFamiliaSeguroE > ViajarcomFamiliaSeguroP
 c. ViajarcomFamiliaSeguroE = ViajarcomFamiliaSeguroP

Teste do Sinal: Sinto-me nervoso(a) em viajar neste momento no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N	NervosoViajarE -	
			NervosoViajarP	
NervosoViajarE -	Diferenças Negativas ^a	49	Z	-3,750
NervosoViajarP	Diferenças Positivas ^b	95	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Empates ^c	176		
	Total	320		

a. Teste de Sinal

a. NervosoViajarE < NervosoViajarP
 b. NervosoViajarE > NervosoViajarP
 c. NervosoViajarE = NervosoViajarP

Teste do Sinal: Medidas de segurança adicionais nos aeroportos tornam as viagens mais seguras no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		MedidasAeroportosSeguroE - MedidasAeroportosSeguroP
MedidasAeroportosSeguroE -	Diferenças Negativas ^a	59	Z	-,795
MedidasAeroportosSeguroE	Diferenças Positivas ^b	69	Significância Sig. (bilateral)	,426
	Empates ^c	192		
	Total	320		

- a. MedidasAeroportosSeguroE < MedidasAeroportosSeguroP
 b. MedidasAeroportosSeguroE > MedidasAeroportosSeguroP
 c. MedidasAeroportosSeguroE = MedidasAeroportosSeguroP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: A segurança é o atributo mais importante que um local pode oferecer no estrangeiro no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		SegurançImportanteParaMimE - SegurançImportanteParaMimP
SegurançImportanteParaMimE -	Diferenças Negativas ^a	37	Z	,000
SegurançImportanteParaMimP	Diferenças Positivas ^b	37	Significância Sig. (bilateral)	1,000
	Empates ^c	246		
	Total	320		

- a. SegurançImportanteParaMimE < SegurançImportanteParaMimP
 b. SegurançImportanteParaMimE > SegurançImportanteParaMimP
 c. SegurançImportanteParaMimE = SegurançImportanteParaMimP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: A segurança é algo muito importante para mim no estrangeiro e no próprio país

Frequências			Estatísticas de teste ^a	
		N		SegurançAtributoImportanteE - SegurançAtributoImportanteP
SegurançAtributoImportanteE -	Diferenças Negativas ^a	37	Z	-1,186
SegurançAtributoImportanteP	Diferenças Positivas ^b	49	Significância Sig. (bilateral)	,236
	Empates ^c	234		
	Total	320		

- a. SegurançAtributoImportanteE < SegurançAtributoImportanteP
 b. SegurançAtributoImportanteE > SegurançAtributoImportanteP
 c. SegurançAtributoImportanteE = SegurançAtributoImportanteP

a. Teste de Sinal

Teste do Sinal: A COVID-19 reduziu os meus planos de viagem nos próximos anos no estrangeiro e no próprio país

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
COVID19ReduziuPlanosViagensE -	Diferenças Negativas ^a	50		COVID19ReduziuPlanosViagensE - COVID19ReduziuPlanosViagensP
COVID19ReduziuPlanosViagensP	Diferenças Positivas ^b	64	Z	-1,218
	Empates ^c	206	Significância Sig. (bilateral)	,223
	Total	320		

a. COVID19ReduziuPlanosViagensE < COVID19ReduziuPlanosViagensP

b. COVID19ReduziuPlanosViagensE > COVID19ReduziuPlanosViagensP

c. COVID19ReduziuPlanosViagensE = COVID19ReduziuPlanosViagensP

Teste do Sinal: Depois da COVID-19 vou evitar fazer viagens para grandes cidades no estrangeiro e no próprio país

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
EvitarViagensCidadesGrandesE -	Diferenças Negativas ^a	36		EvitarViagensCidadesGrandesE - EvitarViagensCidadesGrandesP
EvitarViagensCidadesGrandesP	Diferenças Positivas ^b	101	Z	-5,468
	Empates ^c	183	Significância Sig. (bilateral)	,000
	Total	320		

a. EvitarViagensCidadesGrandesE < EvitarViagensCidadesGrandesP

b. EvitarViagensCidadesGrandesE > EvitarViagensCidadesGrandesP

c. EvitarViagensCidadesGrandesE = EvitarViagensCidadesGrandesP

Teste do Sinal: Depois da COVID-19 a minha perceção de higiene mudou no estrangeiro no próprio país

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
PerceçãodeHigieneMudouE -	Diferenças Negativas ^a	25		PerceçãodeHigieneMudouE - PerceçãodeHigieneMudouP
PerceçãodeHigieneMudouP	Diferenças Positivas ^b	43	Z	-2,062
	Empates ^c	252	Significância Sig. (bilateral)	,039
	Total	320		

a. PerceçãodeHigieneMudouE < PerceçãodeHigieneMudouP

b. PerceçãodeHigieneMudouE > PerceçãodeHigieneMudouP

c. PerceçãodeHigieneMudouE = PerceçãodeHigieneMudouP

Teste do Sinal: Depois da COVID-19 estou muito mais alerta em relação à higiene em locais públicos no estrangeiro e no próprio país

Frequências		N	Estatísticas de teste ^a	
AlertaHigieneLocaisPublicosE -	Diferenças Negativas ^a	31		AlertaHigieneLocaisPublicosE - AlertaHigieneLocaisPublicosP
AlertaHigieneLocaisPublicosP	Diferenças Positivas ^b	17	Z	-1,876
	Empates ^c	272	Significância Sig. (bilateral)	,061
	Total	320		

a. AlertaHigieneLocaisPublicosE < AlertaHigieneLocaisPublicosP

b. AlertaHigieneLocaisPublicosE > AlertaHigieneLocaisPublicosP

c. AlertaHigieneLocaisPublicosE = AlertaHigieneLocaisPublicosP