

Artigo submetido a 2 de Agosto 2021; versão final aceite a 12 de Novembro de 2021  
Paper submitted on August 2, 2021; final version accepted on November 12, 2021

# **Impactos da Pandemia COVID-19 nas Viagens: O Caso da Região Centro de Portugal**

## **Impacts of the COVID-19 Pandemic on Travel: The Case of the Central Region of Portugal**

**Catarina Gouveia**

Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras

**Cláudia Seabra** (autor correspondente/ corresponding author)

*cseabra@uc.pt*

Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território

### **Resumo**

Na última década, o setor turístico em Portugal encontrava-se em forte ascensão, com subidas sustentadas e contínuas nas receitas e chegadas turísticas. Contudo, a pandemia COVID-19 parou abruptamente o setor das viagens em Portugal, imobilizando a circulação das pessoas o que resultou em significativas mudanças nos comportamentos dos turistas no planeamento e consumo das viagens.

Uma amostra de mais de 300 turistas no Centro de Portugal, uma das regiões mais diversas em termos turísticos do país, permitiu perceber que a atual pandemia teve um impacto significativo nos planos de viagem, decisões e consumos turísticos. Por outro lado, foi possível igualmente avaliar a alteração de comportamentos e aceitação das novas medidas de segurança impostas no contexto da pandemia. Os resultados do estudo permitiram a indicação de estratégias para os gestores do destino para recuperar a atratividade turística num cenário Pós-COVID.

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

*Códigos JEL:* Z30; Z32; Z38

### **Abstract**

In the last decade, the tourism sector in Portugal registered a strong growth, with sustained and continuous rises in tourism arrivals and receipts. However, the COVID-19 pandemic abruptly stopped the travel sector in Portugal, immobilizing the movement of people, resulting in significant changes in tourists' behavior, decisions and planning.

A sample of more than 300 tourists in Central Portugal, one of the most diverse tourism destination, allowed to conclude that the current pandemic had a significant impact on travel plans, decisions and tourist consumption. On the other hand, it was also possible to assess the change in behavior and the acceptance of the new safety measures imposed in the context of the pandemic. The results of the study allowed the indication of strategies for destination managers to recover tourist attractiveness in a Post-COVID scenario.

*Keywords:* Tourism behavior; COVID-19; Pandemics and Epidemics; Tourism of Portugal; Travel.

*JEL Codes:* Z30; Z32; Z38

## 1. INTRODUÇÃO

Apesar da indústria turística se ter mostrado resiliente face a várias crises, as pandemias acabam por ter efeitos negativos mais prolongados (Abrantes, Abrantes, Silva, Reis, & Seabra, 2021; Hall, Scott & Gössling, 2020). Considerado um ano atípico, 2020 e os anos consequentes vão ser lembrados por uma pandemia avassaladora que atingiu o mundo, destruindo milhares de vidas e afetando fortemente a indústria do turismo (Seabra, AlAshry, Çinar, Raja, Reis, & Sadiq, 2021a).

Desde janeiro de 2020 que a pandemia está a definir e moldar a vida da Humanidade com custos económicos sociais sem precedentes (Qiu, Park, Li, & Song, 2020). O distanciamento social, o autoisolamento, a quarentena, o recolher obrigatório, as proibições de viagens e o encerramento de fronteiras, estabelecimentos comerciais e culturais transtornaram a interação humana (Koley & Dhole, 2020) e inclusivamente o sentimento de identidade nacional e cultural (Zhang, Wang, & Rickly, 2021). A mobilidade das pessoas foi fortemente afetada devido às restrições impostas pelos vários governos, levando a consequências catastróficas no setor do turismo, que se manifestaram através de quedas inigualáveis nas receitas e chegadas turísticas (Parady, Taniguchi & Takami, 2020; Škare, Soriano, & Porada-Rochoń, 2021).

O sentimento de segurança e proteção sempre foram condições indispensáveis para a realização de viagens e para a atividade turística (Kozak, Crofts, & Law, 2007). Para além das restrições impostas no contexto da pandemia, o receio dos turistas em viajar e sair dos seus países afetou profundamente o setor das viagens (Karl, Kock, Ritchie, & Gauss, 2021), na medida em que se associou um elevado nível de risco à mobilidade para destinos de viagens domésticos, mas sobretudo internacionais (Gössling, Scott, & Hall, 2020).

O ano de 2019 foi considerado, para o setor do turismo, um ano bastante positivo com cerca de 1,5 bilhões de chegadas de turistas internacionais (UNWTO - World Tourism Organization, 2020). As expectativas para a década de 20 do século XXI eram bastante favoráveis, uma vez que, pelo exponencial crescimento que se estava a sentir, previa-se que o número de chegadas de turistas internacionais aumentasse para 1,8 bilhões de chegadas em 2030 (UNWTO - World Tourism Organization, 2011).

Portugal destaca-se por ser um território 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 (Seabra, Reis & Abrantes, 2020a; Vieira, 2019). Nesta medida, o país acompanhou o crescimento mundial de chegadas e receitas turísticas, tendo sido, pela primeira vez, em 2017, considerado o melhor destino turístico da Europa e do Mundo, continuando a obter este prémio consecutivamente até ao ano de 2020 (Seabra, Pereira, Silva, Abrantes, Reis, & Paiva, 2020b). Contudo, a pandemia afetou em igual medida o país. Portugal, e mais concretamente o Centro de Portugal, registou uma forte quebra sendo que entre janeiro e dezembro de 2020, esta região teve uma queda de 53% de dormidas face a 2019. Este cenário manteve-se no início do ano de 2021, uma vez que entre janeiro e fevereiro de 2021, a região contabilizou apenas 3.381,8 milhares de hóspedes (- 53% face a 2019) (Turismo de Portugal, 2021).

A imagem dos destinos turísticos está a ser gravemente afetada pelo aumento dos casos diários e, sobretudo, devido à falta de capacidade de resposta por parte dos governos e seus sistemas de saúde (Duro, Perez-Laborda, Turrion-Prats, & Fernández-Fernández, 2021). Após o contexto pandémico, a segurança será um fator ainda mais decisivo aquando da escolha dos destinos de viagem pelos turistas, devendo assim, ser um fator fundamental a considerar na recuperação da indústria turística (Seabra, Silva, Paiva, Reis, & Abrantes, 2021b). Neste âmbito, os objetivos deste estudo visam compreender a influência da pandemia no turismo de Portugal e Centro de Portugal e o seu impacto no comportamento dos consumidores turistas que viajam para este destino.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1. Risco, Turismo e COVID-19

O comportamento dos consumidores turistas tem-se alterado ao longo da história. O turista tradicional, foi substituído por um consumidor mais exigente que procura experiências únicas e autênticas, com gostos cada vez mais sofisticados e personalizados (Coghlan, Buckley, & Weaver, 2012).

O turismo está geralmente associado a atividades de prazer e lazer, logo o risco é visto como algo a ser evitado (Williams & Baláz, 2015). O risco é considerado como algo que se encontra inerente à vida quotidiana (Ritchie & Jiang, 2019), podendo ser real – medido pela probabilidade de um perigo se concretizar (Hofstede, 2001) ou percebido – ameaça percebida provinda do ambiente externo ou interno que pode pôr em causa a integridade, a saúde e a segurança do viajante durante a viagem ou estada (Chien, Sharifpour, Ritchie & Watson, 2017).

A perceção de risco é considerada um fator crucial no turismo (Qi, Gibson & Zhang, 2009), tendo uma grande influência nas principais decisões associadas à aquisição de uma viagem (Sönmez & Graefe, 1998). A escolha do destino é, obviamente, uma das decisões mais afetadas, pois os consumidores turistas avaliam a probabilidade de sofrer consequências negativas na visita ao destino (Morakabiti, 2018). Se perceber que certos destinos se encontram em risco, a probabilidade de o turista os escolher é praticamente nula (Kozak, Crotts, & Law, 2007).

Desde os primeiros estudos sobre lazer e viagens, vários tipos de risco foram identificados (Rohel & Fesenmaier, 1992), relacionados com três dimensões de viagem: lazer, equipamento físico e destino de viagem (Seabra et al., 2020a). Os fatores de risco associados aos destinos de viagem, têm atraído fortemente a atenção dos investigadores, de onde se destacam os seguintes: i) risco de saúde: fatores que podem provocar perigo físico, lesão ou doença (Park & Reisinger, 2010); ii) risco de desastres naturais (Becken & Hughey, 2013); iii) crime, instabilidade política e violência (Brunt, Mawby, & Hambly, 2000; Fletcher & Morakabati, 2008; Saha & Yap, 2014; e iv) risco de terrorismo (Seabra, Abrantes & Kastenholz, 2014).

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. Os turistas, quando viajam, podem estar expostos a riscos associados à sua saúde, especialmente quando viajam para destinos estrangeiros e desconhecidos (Chua, Al-Ansi, Lee & Han, 2020).

A COVID-19 criou um nível de medo e pânico nos indivíduos nunca antes sentido (Karl et al., 2021; Zheng, Luo & Ritchie, 2021). O mundo encontra-se perante uma pandemia sem precedentes (Chebli & Said, 2020). Uma pandemia que persiste e que acarreta inúmeras incertezas, nomeadamente nos reais impactos negativos que irá ter na indústria turística (Neuburger & Egger, 2020). De acordo com alguns autores, as consequências económicas desta pandemia nos países desenvolvidos vão ser catastróficas, nomeadamente, na China, Europa e Estados Unidos da América (Škare et al., 2021).

Em 31 de março de 2020, mais de 90% da população mundial vivia 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 (Gössling et al., 2020). A 20 de abril de 2020, 100% dos destinos encontravam-se com restrições introduzidas no setor das viagens. A 1 de novembro do mesmo ano, 27% de todos os destinos do mundo tiveram as suas fronteiras completamente fechadas para o turismo internacional (UNWTO – World Tourism Organization, 2021).

O movimento pendular das pessoas foi abruptamente interrompido (Adam, Baiden, Dayour, & Elizabeth, 2021), devido às restrições mais severas alguma vez registadas na História (UNWTO – World Tourism Organization, abril 2020), sendo o turismo e o setor das viagens os que mais sofreram consequências negativas (Duro et al., 2021). A década de 20 do século XXI será considerado o ano em que o turismo regrediu 30 anos relativamente às viagens internacionais com -74% chegadas de turistas internacionais com uma perda de 1 bilião de turistas. Os valores anteriores a 2020, de acordo com previsões da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2021), apenas se verificarão em 2023/2024. Contudo, esta indústria, que no passado se mostrou tão resiliente, irá desempenhar um papel fulcral na recuperação da estabilidade socioeconómica do mundo (Arbulú, Razumova, Rey-Maqueieira, & Sastre, 2021).

## **2.2. Portugal – Impactos da pandemia e o Futuro do Turismo**

Portugal, destino turístico com o seu território situado na extremidade mais ocidental da Europa, tem registado um dos crescimentos mais exponenciais entre os países europeus com um incremento contínuo de cerca de 11% ao desde 2010. O ano de 2020, poderia ter sido o melhor ano de sempre para a indústria do turismo portuguesa (Turismo de Portugal, 2021). Os meses de janeiro e fevereiro de 2020, pouco antes do registo do primeiro caso de COVID-19 em Portugal, indicavam que o número de dormidas estava a aumentar 11,41% face a 2019 (INE - Instituto Nacional de Estatística, 2021). No entanto, à

semelhança do que aconteceu a nível mundial, a COVID-19 perturbou esta realidade otimista, sendo urgente a recuperação do setor para a estabilidade económica do país.

O setor turístico em Portugal foi um dos que mais sofreu com as medidas e restrições impostas pelo governo português. No ano de 2020 registaram-se 10.515,8 de dormidas em Portugal, menos 61,3% do que em 2019, sendo que 6.527,3 do total foram de turistas domésticos (-39,2 face a 2019), e apenas 3.988,5 eram hóspedes estrangeiros (-75.7% face a 2019) (Turismo Centro de Portugal, 2021). A região Centro não foi exceção, contabilizando -53% de dormidas de hóspedes face a 2019, -35% no que toca a dormidas nacionais e -75% de dormidas de estrangeiros (Turismo Centro de Portugal, 2021).

A Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica de Portugal 2020-2030 destaca opções e prioridades que deverão nortear a recuperação dos efeitos económicos adversos causados pela atual pandemia para o turismo. De acordo com aquele documento, Portugal deve apoiar-se na sua diversidade geográfica e paisagística para atrair novamente os mercados de referência, apostando numa oferta diversificada, competitiva e de qualidade através da combinação do turismo convencional com o turismo da natureza, o turismo da saúde, o turismo cultural e a náutica de recreio (Turismo de Portugal, 2020).

Muitas são as previsões de mudança de comportamento e hábitos dos turistas face ao contexto pandémico. Prevê-se que a procura por destinos não massificados irá aumentar, uma vez que podem oferecer experiências únicas e de qualidade aos viajantes. Lugares repletos de natureza e sem grandes aglomerados de pessoas, onde os viajantes podem encontrar pequenas unidades hoteleiras podem-se tornar os locais mais procurados pelos turistas numa era pós COVID-19 (Almeida & Silva, 2020). Porém, é fundamental avaliar o impacto que a atual pandemia terá nos comportamentos e perceções dos turistas que poderão perdurar para além da presente pandemia.

### 3. METODOLOGIA

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

- Quais os impactos que a presente pandemia irá provocar nos comportamentos de planeamento das viagens?
- Qual a perceção de segurança dos turistas no Centro de Portugal para a prática de atividades de turismo e lazer antes e depois da pandemia?
- Que medidas de segurança os turistas estão dispostos a adotar num contexto pandémico e pós-pandémico?

No sentido de se obter uma melhor compreensão da realidade do impacto da COVID-19 nos comportamentos de decisão e compra turística, foram recolhidos dados através de questionário. Foram usadas escalas previamente testadas na literatura para apurar os impactos da pandemia nos comportamentos e perceções dos turistas que viajavam no Centro de Portugal (Nazneen, Hong, & Ud Din, 2020; Seabra et al., 2021a; Wong & Yeh, 2009). Depois de pré-testado, o questionário foi traduzido para o espanhol, inglês e francês. A técnica de amostragem utilizada foi a não probabilística por conveniência, com recurso à plataforma *GoogleForms* para simplificar o acesso seguro dos inquiridos com divulgação nas redes sociais e plataformas online.

O período de recolha de dados decorreu entre o dia 12/11/2020 a 16/05/2021, de onde se recolheram 320 questionários válidos.

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Perfil da amostra

A nacionalidade mais representativa é a portuguesa, com 98,4% dos inquiridos. Destes, 75% são do sexo feminino, 24,1% são do sexo masculino, 0,3% preferiu não indicar e 0,6% responderam outro. A faixa etária predominante situa-se entre 1990 e 1999, com cerca de 39,7% dos inquiridos, seguindo-se 27,8% inquiridos nascidos depois de 2000, 13,1% dos respondentes nasceram entre 1970 e 1979, 8,4% entre 1980 e 1989, 6,9% entre 1960 e 1969, 4,1% entre 1940 e 1959.

No que toca ao nível de escolaridade, 74,7% frequentam ou frequentaram a Universidade, 23,8% frequentaram o 12º, e 1,6% frequentaram o ensino básico. Em termos de ocupação profissional, 51,6% dos inquiridos são estudantes, 16,6% pertencem ao quadro médio/superior, 9,1% são trabalhadores/estudantes. Todas as outras ocupações profissionais são menos representadas: 6,3% são Empresário(a) em nome individual, 4,4% domésticas ou desempregados, 4,1% são profissionais liberais, 3,8% são funcionários comerciais ou administrativos, 3,1% são pensionistas/reformados e 1,3% são operários.

#### **4.2. Compra e Planeamento de viagens antes e pós-pandemia**

Com o propósito de perceber qual o impacto da atual pandemia nos hábitos e comportamentos de compra e planeamento de viagem, os participantes foram questionados sobre as principais escolhas nas suas viagens antes e durante a pandemia, especificamente: alojamento eleito, modo de compra e planeamento da viagem e transporte utilizado nas deslocações de férias/lazer.

O alojamento mais utilizado pelos respondentes antes da pandemia era o Hotel (23,8%), seguido de Casa de Amigos/Familiares (18,8%), Alojamento Local (16,6%) e Turismo em Espaço Rural (12,2%). A maioria fazia as reservas ou compra das viagens diretamente online (47,2%) ou não fazia reserva (11,6%), apenas 5,6% recorria a agências de viagem. O transporte eleito para 64,1% dos inquiridos era o carro próprio seguido do avião (14,4%) e comboio (7,5%).

Após o início da pandemia, o alojamento preferido alterou-se, com a maioria dos inquiridos a preferir a Casa Própria (28,4%), o Hotel (26,9%) e o Alojamento Local e Casas de Amigos e familiares (20,9%). No que respeita à compra e planeamento, as alterações não foram muito significativas, continuando a reserva pelo próprio a ser a mais indicada (50,9%), seguida da não reserva antecipada (18,4%) e reserva no destino (10,9%). O mesmo ranking de preferências se manteve nos transportes utilizados com destaque para o carro próprio com maior peso (75,6%), avião agora com menos expressão (9,7%) e comboio (6,6%).

#### **4.3. Perceção de segurança em turismo e atividades de lazer**

Os participantes foram questionados sobre a sua perceção de segurança na prática de vários tipos de atividades turísticas e de lazer, mais uma vez antes e pós pandemia. Os resultados são apresentados no quadro seguinte (ver Tabela 1).

Através do teste do Sinal foi possível apurar que existem diferenças significativas na perceção de segurança na prática de atividades turísticas e de lazer antes e após a pandemia COVID-19. De facto, comparando as mesmas variáveis num contexto pré e durante pandemia, existem diferenças significativas na frequência de uso das mesmas. Todas as variáveis apresentam diferenças negativas. Isto é, todas as atividades apresentadas, num contexto durante pandemia, foram percebidas como menos seguras quando comparado com o contexto Pré-Pandemia.

Globalmente, a pandemia teve um efeito muito significativo na perceção de segurança para a prática das várias atividades turísticas, pois antes eram consideradas seguras são, contudo, no contexto pandémico são apontadas como inseguras ou muito inseguras. Destacam-se como mais inseguras as atividades: "Frequentar parques de diversões ou parques temáticos", "Assistir a concertos, festivais, espetáculos", "Visitar centros urbanos ou centros históricos", "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...)". Já as atividades de natureza: "Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza", "Ir a praias oceânicas" e "Ir a praias fluviais (rios, lagos...)" e "Visitar galerias de arte, museus, monumentos" e "Jantar em restaurantes", são atividades consideradas menos inseguras apesar da perceção de segurança na sua prática ter-se reduzido após a pandemia.

**Tabela 1 - Perceção de segurança em atividades turísticas antes e pós-pandemia**

	Pré-pandemia			Pós-pandemia		
	Muito Inseguro Ou Inseguro %	Neutro %	Seguro Ou Muito Seguro %	Muito Inseguro Ou Inseguro %	Neutro %	Seguro Ou Muito Seguro %
Frequentar parques de diversões ou parques temáticos	10,3	8,8	80,9	56,2	25,0	18,7
Frequentar parques naturais, florestas, fazer percursos pedestres, desportos de natureza	2,5	8,1	89,4	9,7	13,4	76,9
Visitar galerias de arte, museus, monumentos	6,2	5,6	88,1	28,8	28,1	43,1
Ir a praias oceânicas	4,4	9,1	86,6	16,2	24,1	59,7
Ir a praias fluviais (rios, lagos...)	6,2	12,5	81,2	18,5	28,1	53,4
Assistir a concertos, festivais, espetáculos	10,3	8,8	81,0	58,5	23,1	18,5
Visitar centros urbanos ou centros históricos	2,5	9,4	88,1	26,6	27,2	46,3
Jantar em restaurantes	4,1	6,6	89,4	34,4	28,7	36,9
Fazer compras em centros e ruas comerciais, mercados...	5,6	8,1	85,9	42,8	28,7	28,1
Frequentar casinos e casas de jogo	26,6	13,8	59,7	69,7	20,0	10,4
Sair à noite, dançar, frequentar discotecas e locais de entretenimento noturno	19,7	15,0	65,3	76,6	15,0	8,5
Fazer <i>sightseeing</i> e visitas organizadas	13,7	12,2	74,1	46,9	26,6	26,6
Assistir a eventos desportivos	18,4	14,7	66,9	60	20,6	19,4
Praticar atividades desportivas em espaços fechados (ginásios, pavilhões desportivos, estádios...)	19,1	8,1	72,9	63,8	18,8	17,6
Frequentar locais religiosos, fazer peregrinações, participar em eventos religiosos	19,1	10,9	70,0	58,4	22,8	18,7

Fonte: Elaboração Própria

#### 4.4. Medidas de Higiene e Segurança

Os participantes no estudo foram questionados também sobre o seu grau de concordância com as várias medidas de segurança impostas que visam proteger e diminuir o contágio pela COVID-19. Os resultados podem ser consultados na tabela seguinte (ver Tabela 2).

Tabela 2 – Nível de aceitação das medidas de higiene e segurança

	Discordo totalmente Ou Discordo %	Neutro %	Concordo Ou Concordo totalmente %
Entrega ao domicílio de comida por parte da restauração ( <i>take-away</i> )	4,4	10,6	85
Distanciamento Social	3,1	3,8	93,1
Uso obrigatório de máscara em locais fechados e transportes públicos	2,2	4,1	93,8
Uso obrigatório de máscara em locais abertos com um grande aglomerado de pessoas	3,8	5,9	90,4
Desinfecção e higienização das mãos	2,5	3,8	93,7
Quarentena obrigatória (14 dias) a pessoas que chegam do estrangeiro	6,6	14,4	79,1
Sistema de medição da temperatura em restaurantes, hotéis, aeroportos	6,2	7,5	86,3
Serviço <i>contactless</i> em pagamentos multibanco	6,5	6,6	86,8
O selo “ <i>Clean&amp;Safe</i> ” e “ <i>Safe Travels</i> ”	7,2	11,9	81
Definição de corredores de circulação nas praias/hotéis/aeroportos para evitar o contacto físico	6	7,8	86,3
Limpeza e da desinfecção constante dos estabelecimentos	3,9	2,8	93,5
Redução da lotação nos estabelecimentos públicos	3,4	4,1	92,5
Check-in online no setor hoteleiro e aeroportos	5,7	6,9	87,5
Imposição de serviço de enfermagem no setor hoteleiro e empresas para uso dos clientes	11,2	17,5	71,3
Barreiras de proteção entre o cliente e o funcionário (Acrílicos)	2,8	7,8	88,4
Indicação da não utilização de ar condicionado em locais fechados	12,5	19,1	68,5
Constante formação aos funcionários das novas medidas de higienização implementadas por cada estabelecimento	4	7,2	88,8
Uso frequente de esplanadas e espaços ao ar livre (sempre que possível)	3,1	6,9	90
Cápsulas protetoras de uso individual na restauração ( <i>Plex'Eat</i> )	12,9	22,2	65
Camarotes, espalhados estrategicamente num recinto ao ar livre, nomeadamente para concertos, eventos	14	17,2	68,8
Visitas guiadas online, nomeadamente a museus, centros históricos, etc.	15,6	19,7	64,7
Retirada de objetos não importantes das salas de espera (revistas, folhetos, máquinas de café, etc. ...)	9,4	11,9	78,8
Adoção de concertos musicais online para abranger um maior público e evitar o contacto físico	14,7	12,8	72,6

Fonte: Elaboração própria

De modo a complementar esta lista, foi proposto aos respondentes que indicassem outras medidas que considerassem adequadas. Para além da “Responsabilidade civil”, grande parte dos inquiridos indicou “Maior higienização dos espaços comuns, tal como transportes públicos e objetos presentes nas superfícies comerciais”. O “Teletrabalho” e a “Telescola” foram evidenciadas como sendo medidas essenciais para a mitigação do vírus tal como a “Diminuição dos ajuntamentos”, nomeadamente em escolas ou locais de trabalho. Algo que também merece destaque, e que foi indicado pelos respondentes foi a “Importância da fiscalização por parte das autoridades”, impondo regras de distanciamento social e multas pesadas para quem não se encontra a cumprir com todas as medidas necessárias. Deveria, também, existir, segundo os respondentes, uma “Maior divulgação pública”, por via de anúncios publicitários televisivos, de estratégias de prevenção e contenção do contágio, podendo assim haver um maior envolvimento das autarquias locais na promoção deste tipo de comportamentos. O “Distanciamento

social nos aviões”, juntamente com a “Verificação de temperatura no aeroporto”, também foi algo sugerido pelos participantes do estudo.

## 5. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES

O presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos da presente pandemia nos comportamentos e tomadas de decisão dos turistas no Centro de Portugal. Ficou claro que o fator segurança já era e vai continuar a ser sempre um fator crucial a ser tomado em consideração aquando da decisão de viajar por parte dos consumidores, seja em viagens nacionais e principalmente em viagens internacionais (Seabra et al., 2021a; Seabra et al., 2021b). Os impactos da pandemia foram severos para uma região turística que, até ao início de 2020, se encontrava em franca expansão (Turismo de Portugal, 2021) em linha com as quedas significativas de entradas e receitas turísticas a nível mundial (UNWTO, 2021).

Relativamente aos efeitos que a presente pandemia teve nos hábitos de consumo e planeamento de viagens, os resultados indicam que os turistas no Centro de Portugal alteraram os seus hábitos, especialmente no que se refere ao tipo de alojamento e transporte utilizados nas viagens. Os viajantes preferem agora a Casa Própria, o Alojamento Local e Casas de Amigos e familiares, confirmando a importância do turismo doméstico nesta fase de incerteza (Arbulú et al., 2021). Os hotéis, antes o tipo de alojamento preferido pelos turistas, após a pandemia passou a ser menos indicado. O transporte utilizado para a deslocação para os destinos de férias continuou a ser o carro próprio, mas após a pandemia com muito maior expressão do que o avião ou o comboio. A forma de planeamento e compra de viagem manteve-se antes e após a pandemia com a reserva pelos próprios online a ganhar maior preferência.

As perceções de segurança na prática de atividades de lazer sofreram, igualmente um impacto significativo, reforçando estudos anteriores que referem a ansiedade associada às viagens como fator preponderante nas decisões de lazer (Karl et al., 2021). Em termos globais, os turistas indicam uma perceção de risco mais elevada para a prática de todas as atividades turísticas e de lazer, de onde destacam as praticadas em espaços fechados ou de dimensão reduzida, portanto com maior aglomeração de pessoas de onde se destacam os parques de diversões ou temáticos, 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. As atividades de natureza, seja a prática de desportos, ir a praias oceânicas e fluviais, apesar do impacto negativo da pandemia, são, ainda assim consideradas atividades menos inseguras. A visita a galerias de arte, museus, monumentos e consumir refeições em restaurantes, são também atividades consideradas menos inseguras apesar da perceção de segurança na sua prática ter-se reduzido após a pandemia.

Estes resultados confirmam outros estudos que indicam que os riscos de saúde são especialmente impactantes nos comportamentos e hábitos dos turistas (Abrantes et al., 2021; Park & Reisinger, 2010; Ritchie & Jiang, 2019). Efetivamente, a presente pandemia, pelo pânico gerado induzido pelas fortes restrições impostas pelos governos, afetou especialmente os comportamentos e hábitos dos viajantes (Zheng et al., 2021; Gössling et al., 2020; Parady et al., 2020). Os turistas alteraram a forma como viajam e as suas perceções de segurança na prática de atividades de lazer, antes consideradas muito seguras, foram severamente afetadas, em linha com outros estudos (Adam et al., 2021; Chebli & Said, 2020; Chua et al., 2020; Duro et al., 2021; Karl et al., 2021; Nazneen et al., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Seabra et al., 2021a; Seabra et al., 2021b; Zheng et al., 2021). Estas alterações afetaram profundamente a indústria turística impactando negativamente turistas e comunidades locais (Fotiadis, Polyzos, & Huan, 2021; Gössling et al., 2020; Hall et al., 2020; Qiu et al., 2020; Škare et al., 2021).

O nível de aceitação das restrições e medidas de segurança impostas pelo governo, foi outra das premissas deste estudo. Os resultados indicam uma forte adesão dos turistas no Centro de Portugal às medidas impostas, em linha com estudos anteriores (Seabra, et al., 2021b). As medidas que recolheram maiores níveis de aceitação foram o distanciamento social, o uso obrigatório de máscara, a constante limpeza e desinfecção das mãos e dos espaços, a redução da lotação nos estabelecimentos e uso de esplanadas e espaços ao ar livre. A responsabilidade civil e a higienização de espaços e objetos em espaços comerciais foram algumas das sugestões avançadas pelos respondentes.

Os resultados deste estudo indicam que a pandemia COVID-19 impactou fortemente a indústria turística no Centro de Portugal tal como nos restantes territórios, principalmente europeus (Liu, Vici, Ramos, Giannoni, & Blake, 2021). Os turistas alteraram os seus hábitos e comportamentos de viagem, e as suas perceções foram também negativa e significativamente afetadas, o que trará importantes

desafios à recuperação dos destinos turísticos, corroborando estudos anteriores (Fotiadis et al., 2021; Koley & Dhole, 2020). Os principais indicadores apurados neste estudo poderão fornecer pistas importantes para os gestores das organizações turísticas para readaptarem as suas estratégias de marketing de forma a reconquistar novamente os mercados desta região. O *branding* destes destinos devem assentar fortemente no fator segurança (Kreiner & Ram, 2021) e as estratégias de segmentação e comunicação devem ter em linha de conta os novos hábitos dos turistas mais centrados em alojamentos mais exclusivos e individualizados e atividades de lazer associadas à natureza e visita a museus, monumentos e galerias. O mercado doméstico alargado (Portugal e Espanha), devem, numa primeira fase ser os *targets* preferenciais visto que o carro próprio é o modo de transporte mais indicado. As plataformas digitais devem ser igualmente uma aposta, na medida em que, os turistas indicam ser esta a forma preferencial de compra e reserva das suas férias. As atividades turísticas de natureza e o alojamento local, oferta abundante no Centro de Portugal, são as preferências dos novos turistas no contexto pandémico e pós-pandémico.

O presente estudo apresenta algumas limitações que se prendem nomeadamente com o quadro conceitual e componente empírica. 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 e pós-pandemia. Uma amostra maior com uma percentagem mais elevada de turistas internacionais poderá igualmente permitir uma melhor contrastação empírica. Um estudo longitudinal poderá igualmente permitir perceber como as várias fases da pandemia poderão afetar as perceções dos viajantes no Centro de Portugal.

## BIBLIOGRAFIA

Abrantes, M., Abrantes, J., Silva, C., Reis, P., & Seabra, C. (2021). Health Risks, Pandemics and Epidemics affecting Tourism: Understanding COVID-19 pandemic. Em C. Seabra, C. Silva, O. Paiva, & J. Abrantes (Edits.), *Pandemics and Travel: COVID-19 Impacts in the Tourism Industry* (pp. 7-28). London: EMERALD Publishing.

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.

Almeida, F., & Silva, O. (2020). The impact of covid-19 on tourism sustainability: Evidence from Portugal. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 8(2), 440-446.

Arbulú, I., Razumova, M., Rey-Maqueira, J., & Sastre, F. (2021). Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100568.

Becken, S., & Hughey, K. (2013). Linking tourism into emergency management structures to enhance disaster risk reduction. *Tourism Management*, 36, 77-85.

Brunt, P., Mawby, R., & Hambly, Z. (2000). Tourist victimization and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21(6), 417-424.

Chebli, A., & Said, B. (2020). The impact of Covid-19 on tourist consumption behaviour: A perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.

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.

Chua, B., Al-Ansi, A., Lee, M., & Han, H. (2020). Impact of health risk perception on avoidance of international travel in the wake of a pandemic. *Current Issues in Tourism*, 1-18.

Coghlan, A., Buckley, R., & Weaver, D. (2012). A framework for analyzing awe in tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1710-1714.

Duro, J. A., Perez-Laborda, A., Turrion-Prats, J., & Fernández-Fernández, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819.

Estatística, I. -I. (2021). *Estatísticas do Turismo 2020*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

Fletcher, J., & Morakabati, Y. (2008). Tourism activity, terrorism and political instability within Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 537-556.

- Fotiadis, A., Polyzos, S., & Huan, T. (2021). The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 87, 103117.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Hall, C., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1-22.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. New York: Sage Publications.
- 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, 103139.
- Koley, T., & Dhole, M. (2020). In *The COVID-19 Pandemic: The Deadly Coronavirus Outbreak*. London & New York: Routledge.
- Kozak, M., Crotts, J., & Law, R. (2007). The impact of perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.
- Kreiner, N. C., & Ram, Y. (2021). National tourism strategies during the Covid-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 103076.
- Liu, A., Vici, L., Ramos, V., Giannoni, S., & Blake, A. (2021). Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team. *Annals of Tourism Research*, 88, 103182.
- Morakabiti, Y. (2018). The impact of negative events on tourism and destinations. Em J. Fletcher, A. Fyall, D. Gilbert, & S. Wanhill (Edits.), *Tourism Principles and Practice* (6<sup>a</sup> ed., pp. 281-295). United Kingdom: Pearson.
- Nazneen, S., Hong, X., & Ud Din, N. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions. Available at SSRN 3592321. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3592321>
- 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*, 1-14.
- 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, 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.
- Qi, C., Gibson, H., & Zhang, 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.
- Qiu, R., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.
- Ritchie, B., & 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, 102812.
- Rohel, W., & Fesenmaier, D. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17-26.
- Saha, S., & Yap, G. (2014). The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross-country panel analysis. *Journal of Travel Research*, 53(4), 509-521.
- 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*, 7(2), 463-491. doi:<https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2020-0165>
- Seabra, C., Pereira, A., Silva, C., Abrantes, J., Reis, M., & Paiva, O. (2020). Destination image perceived by domestic tourists: The influence of Generation Gap. *European Journal of Tourism Research*, 25, 2506.
- 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, 102811.
- Seabra, C., Silva, C., Paiva, O., Reis, M., & Abrantes, J. (2021b). 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.
- Škare, M., Soriano, D., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- Turismo de Portugal. (2020). *Turismo 2020 - Plano de ação para o desenvolvimento do Turismo de Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal. (2021). *TravelBI*. Lisboa: Turismo de Portugal. Obtido em Agosto de 2021, de <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>
- UNTWO - World Tourism Organization. (28 de Abril de 2020). *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>
- UNWTO - World Tourism Organization . (2011). *Tourism towards 2030/Global overview*. Madrid: UNWTO - World Tourism Organization.
- UNWTO - World Tourism Organization. (2021). *COVID-19 AND TOURISM 2020: A year in review*. UNTWO - World Tourism Organization: Madrid.
- Williams, A., & Baláž, V. (2015). Tourism risk and uncertainty: Theoretical reflections. *Journal of Travel Research*, 54(3), 271-287.
- Wong, J.-Y., & Yeh, C. (2009). Tourist Hesitation in Destination Decision Making. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 6-23.
- Zhang, C., Wang, L., & Rickly, J. (2021). Non-interaction and identity change in Covid-19 tourism. *Annals of Tourism Research*, 89, 103211.
- Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic ‘travel fear’. *Tourism Management*, 83, 104261.

**Agradecimentos e apoios:** Esta investigação teve o apoio do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT), financiado por fundos nacionais através da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) com a referência UIDB/04084/2020. Os autores agradecem igualmente à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.