

# O impacto da COVID-19 nos planos de viagem depois da pandemia

The **impact** of COVID-19 on **travel plans** after the **pandemic**

ANA ELISA SOUSA \* [ana.c.sousa@ipleiria.pt]

SÓNIA PAIS \*\* [sonia.i.pais@ipleiria.pt]

ANA SOFIA VIANA \*\*\* [sviana@ipleiria.pt]

**Resumo** | A pandemia por COVID-19 teve um forte impacto no setor do turismo com uma redução acentuada do número de viagens realizadas. O objetivo deste artigo é verificar qual o impacto da pandemia no comportamento de viagem dos turistas depois da pandemia, e de que modo este é influenciado pela perceção de segurança dos turistas para viajar e quais as medidas que estes consideram indispensáveis para retomarem as suas viagens. Para isso, foi aplicado um inquérito por questionário a 311 indivíduos, que revela a importância da continuidade da aplicação das medidas de higiene e sanitárias, como fulcrais para o aumento da perceção de segurança e a decisão de viajar, que se prevê que aumente progressivamente ao longo dos próximos anos.

**Palavras-chave** | COVID-19, turismo, viagens, comportamento dos turistas

**Abstract** | The COVID-19 pandemic had a strong impact on the tourism sector with a drastic reduction in the number of trips made. The purpose of this article is to verify the impact of the pandemic on tourists' travel behavior after the pandemic, and how this is influenced by tourists' perception of safety in relation to travel and what measures they consider essential to resume their travels. For this, a questionnaire survey was applied to 311 individuals, which reveals the importance of continuing to apply hygiene and health measures, as key to increasing the perception of safety and the decision to travel, which is expected to increase progressively over the course of the next few years.

**Keywords** | COVID-19, tourism, trips, tourist behavior

---

\* **Doutora em Sociologia** pelo ISCTE-IUL. **Professora Adjunta-Convivada** na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria.

\*\* **Doutora em Didática e Formação** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria.

\*\*\* **Doutora em Marketing e Comércio Internacional** pela Universidade da Extremadura. **Professora Coordenadora** na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria

## 1. Introdução

A pandemia por COVID-19 afetou muitos aspectos da sociedade global, incluindo a forma como e onde as pessoas passam as suas férias. O turismo é muito sensível a alterações relacionadas com a segurança e a saúde (Mao et al., 2010). As doenças infecciosas, em particular, têm um impacto direto nas decisões das pessoas viajarem e na escolha do destino (Cartwright, 2000; Henderson, 2007). A presença de riscos, sejam eles reais ou percebidos, influencia os planos e o comportamento das pessoas para viajarem (Mawby, 2000; Garg, 2015).

A COVID-19 levou a um medo geral (Bäuerle et al, 2020), principalmente devido à rapidez de transmissão por todo o mundo. No entanto, o aumento ligeiro do número de viagens, em 2022, (UNWTO, 2022) revela que os turistas têm vontade de voltar a viajar. Assim, importa compreender qual o impacto da COVID-19 no planeamento das viagens de férias depois da pandemia. Para isso, aplicou-se um inquérito por questionário, no sentido de compreender de que modo eram realizados os planos de viagem antes da pandemia e quais se perspetivam serem as alterações aos mesmos depois da pandemia. Estes resultados indicam, assim, de que forma a pandemia influencia os planos e comportamentos dos indivíduos, permitindo verificar quais são os principais fatores que devem ser levados em linha de conta pela oferta turística, para os tempos pós-covid.

Este artigo segue a seguinte estrutura: na seção 2 é feita uma contextualização teórica sobre os efeitos da COVID-19 no turismo e a perceção percebida do risco. Na seção seguinte tem lugar a apresentação da metodologia e no ponto 4 a apresentação dos resultados do estudo. Finalmente, no último ponto, são apresentadas as principais conclusões da investigação.

## 2. Contextualização teórica

### 2.1. Os efeitos da COVID-19 no turismo

O aparecimento da COVID-19 teve um forte impacto ao nível económico e social em todo o mundo. Todos os setores económicos foram atingidos pela pandemia, sendo o setor do turismo um dos mais afetados porque depende do movimento e interação entre pessoas (Gallen, 2020). Limitada por medidas de contenção, regulamentos de saúde e higiene e pelo encerramento de fronteiras, a indústria do turismo foi muito afetada, com forte impacto nas viagens (Garcez, Franco, & Correia, 2021).

Em 2020, e de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT/UNWTO), houve um decréscimo de 72% nas chegadas internacionais nos primeiros dez meses, o que resultou em perdas de 900 milhões de turistas internacionais (UNWTO, 2020). No ano seguinte, o turismo mundial teve um incremento de 4%, em comparação com 2020, apesar de registar números ainda longe dos alcançados em 2019 (antes da pandemia). O barómetro da Organização Mundial de Turismo indica que o aumento das taxas de vacinação, combinado com a flexibilização das restrições de viagem, devido a uma maior coordenação transfronteiriça e a novos protocolos, ajudou a aumentar a procura. O turismo internacional recuperou moderadamente na segunda metade de 2021, com as chegadas no terceiro e quarto trimestres, apesar de estas serem ainda 62% mais baixas do que antes da pandemia. De acordo com os dados disponíveis pela Organização Mundial de Turismo, as chegadas de turistas internacionais em dezembro foram 65% inferiores às de 2019 (UNWTO, 2022).

Para 2022, a Organização Mundial de Turismo referiu que a maioria dos profissionais de turismo (61%) previa uma recuperação de 58%, especialmente durante o terceiro trimestre, embora considerem que as chegadas internacionais só devem regressar a níveis de 2019, em 2024 ou mais tarde

(UNWTO, 2022). Enquanto o turismo internacional está a recuperar, o turismo doméstico continua a impulsionar a recuperação do setor num número crescente de destinos, particularmente aqueles com grandes mercados domésticos. Segundo os peritos, o turismo doméstico e as viagens perto de casa, bem como as atividades ao ar livre, os produtos baseados na natureza e o turismo rural estão entre as principais tendências de viagem que continuarão a moldar o turismo em 2022 (UNWTO, 2022).

## 2.2. Perceção do risco

O aumento da confiança para viajar está intimamente ligado à perceção do risco. A presença de riscos, sejam eles reais ou percebidos, influencia os planos e o comportamento de viagem. O turismo é um setor particularmente vulnerável, uma vez que a sua atividade depende em grande parte de fatores incontrolláveis, tais como económicos e financeiros, crises, catástrofes naturais, instabilidade política e doenças infecciosas (Cró & Martins, 2017; Ritchie & Jiang, 2019; Okuyama, 2018). Por isso, o impacto no turismo não é apenas sentido na redução das receitas no lado da oferta, mas também nas perceções de risco no lado da procura (Li, Zhang, Liu, Kozak, & Wen, 2020). Garcez, Franco e Correia (2021) identificaram a propósito do último cenário pandémico, vários fatores de perceção de risco que podem ter um impacto significativo na procura e, conseqüentemente, na oferta turística. O primeiro é o risco sanitário, que está relacionado com o medo de se ficar doente, daí ser importante implementar medidas rigorosas de higiene e segurança e manter o distanciamento social; o risco psicológico relacionado com a ansiedade criada pela pandemia (Simpson & Siguaw, 2008); o risco social, que se refere à forma como os outros reagirão ao facto de um indivíduo decidir viajar, apesar do contexto de pandemia, a decisão de viajar pode ser interpretada negativamente por amigos e família, conduzindo a uma potencial perda

de estima, respeito ou amizade (Sönmez & Graefe, 1998); o risco associado ao mau desempenho da aquisição de um produto ao serviço e neste caso está em causa o receio do turista fazer uma viagem que não corresponda à expectativa, por causa das restrições dos governos (Khan et al., 2017); e, por fim, o risco ligado à imagem, que pode ser entendida como a impressão geral que as pessoas têm sobre um determinado país ou destino, isto é, a publicidade feita sobre determinado destino em época de pandemia pode levar a uma publicidade negativa e infundada sobre o mesmo.

Para minimizar o risco, importa analisar os impactos e implicações da COVID-19 na procura e na oferta turística. Segundo Sigala (2020), a procura turística está intrinsecamente ligada a fatores de garantia de higiene e segurança. O distanciamento social imposto pela COVID-19 inclui ações como, a redução do contato social, evitando lugares lotados ou minimizando as viagens. Este distanciamento pode afetar significativamente a forma como as pessoas experimentam e avaliam as viagens e as atividades de lazer. É importante apostar na transmissão da sensação de limpeza, limitar o número de clientes em hotéis, restaurantes e festivais e promover formas de turismo que influenciem novos padrões de conforto e níveis aceitáveis de *crowdedness* percebido.

Sengel (2021) fala de um “New Normal”, depois da pandemia, reconhecendo que o “normal” antes da pandemia não é agora aceitável, pois há uma nova consciência da necessidade de um novo estilo de vida, no que diz respeito ao turismo, que prioriza a procura por destinos turísticos de natureza, que permitam manter a distância social. Por causa das restrições de viagem durante a pandemia as atividades turísticas passaram a ser orientadas para o turismo doméstico. As atividades turísticas que antes da crise pandémica se baseavam nas relações humanas e de proximidade, procuram agora manter a distância social, daí que haja a aposta no turismo de natureza. Também o estudo de Li et al. (2021) apresenta resultados similares, mos-

trando que as atividades turísticas na natureza aumentaram depois da pandemia.

Ao nível da oferta turística, as empresas empenharam-se em redesenhar experiências turísticas para apresentar a grupos menores de turistas e atividades e/ou experiências privadas em conformidade com o distanciamento social e as expectativas dos viajantes. De igual modo, os hotéis passaram a adotar novos procedimentos de limpeza certificados por associações especialistas em saúde e na realização de operações livres de contacto, quer através de aplicações móveis (para check-in, check-out, chaves do quarto, pagamentos móveis, reservas e compras), quer através de tecnologias de entretenimento (por exemplo, visitas virtuais a museus, atrações turísticas e destinos), robôs (para serviços de receção e concierge, guias de museus), sites habilitados para inteligência artificial e chatbot para comunicação e serviços ao cliente e pagamentos digitais. Além disso, o novo ambiente imposto pelas medidas da COVID-19 exigiu que as empresas adotassem novas tecnologias e aplicações para garantir a gestão de multidões e o número de pessoas reunidas em espaços públicos, equipamento desinfetante para as mãos e aplicações de identificação de pessoas (Sigala, 2020).

O estudo de Borges e Byrne (2022) sobre a percepção do risco e os comportamentos preventivos perante a COVID-19 revelam que há uma relação entre estas duas variáveis, isto é, quanto maior é a percepção do risco, mais os indivíduos tendem a ter comportamentos preventivos contra a doença. Vários estudos comprovam que as atitudes afetivas são centrais na previsão de comportamentos de saúde (Conner et al., 2011, 2015; Lawton et al, 2009). Aliás a exposição a um perigo é crucial para o desenvolvimento de uma valência emocional que impulsiona os comportamentos em matéria de saúde, configurando-se como o núcleo motivacional que impulsiona as escolhas (Bechara & Damasio, 2005). Savadori e Lauriola (2022) sugerem que a percepção do risco é essencial para sustentar ações de proteção contra situações epidémicas va-

riáveis. Na verdade, as normas sociais motivam as ações de proteção contra o vírus.

A percepção do risco está intimamente ligada a vários fatores, tais como o nível de confiança nas autoridades (Kim & Kim, 2018; Lee et al, 2016; Ye, 2020), fontes de informação, conhecimentos profissionais (Zhong et al, 2020) e características sociodemográficas (Guillon & Kergall, 2020, Narayana et al, 2020). As diretrizes governamentais são um importante fator para moldar a intenção dos indivíduos cumprirem com as medidas de prevenção contra a COVID-19 (Ahmad et al, 2020).

A formação da percepção do risco, principalmente quando este é incerto, está também relacionada com a informação (Zaller, 1992), porque as pessoas tendem a procurá-la quando enfrentam uma calamidade desconhecida, tanto nos meios de comunicação social, como nos governos locais e central (Ma & Christensen, 2019).

Quanto às características sociodemográficas, diferentes estudos revelam que a percepção do risco é maior em faixas-etárias mais elevadas, o que está relacionado com os riscos para a saúde, e é superior nas mulheres do que nos homens. O rendimento é também um fator significativo na percepção do risco dos indivíduos em relação à COVID-19, já que está associado à maior disponibilidade de recursos para cuidados de saúde (Yangyang et al, 2021).

O estudo sobre a impacto da percepção do risco para a saúde e a intolerância à incerteza nas intenções de viagem de Golets et al. (2021) salienta que a percepção da gravidade da COVID-19, a probabilidade da sua contração e a duração esperada da pandemia foram os fatores mais influentes na queda das intenções de viagem em 2020 e 2021. No entanto, a adoção de medidas de prevenção, sanitárias e de segurança, pelos destinos turísticos é indispensável para aumentar as intenções de viagem no pós-pandemia.

Como podemos ver, existem vários fatores de percepção de risco que podem afetar o comportamento dos turistas e consequentemente a procura. Com o aparecimento da COVID-19, umas

dessas alterações foram a diminuição do número de viagens e/ou o aumento das viagens para destinos próximos, ou com determinadas características (com menos pessoas ou destinos turísticos de natureza). Em resultado desta alteração da procura, a oferta também teve de se adaptar para ir ao encontro das necessidades dos turistas, implementando e oferecendo serviços diversos onde estes riscos de saúde e segurança fossem minimizados, respondendo assim às expectativas dos viajantes. Seria interessante tentar agora perceber se estes comportamentos, quer por parte dos turistas, quer por parte das empresas turísticas se vão manter, ou se vão alterar-se no futuro próximo.

### 3. Metodologia

A presente investigação tem como principal objetivo compreender quais os impactos da COVID-19 no comportamento de viagem dos turistas. Para isso, importa perceber: 1) quais os impactos que a pandemia provocou no planeamento das viagens; 2) qual a perceção de segurança dos turistas para viajar; 3) quais as medidas indispensáveis para os turistas viajarem.

Neste sentido, delinearam-se as seguintes hipóteses: 1) depois da pandemia houve alteração nos alojamentos escolhidos pelos turistas para permanecerem em contexto de férias/lazer; 2) depois da pandemia os turistas preferem fazer férias no próprio país; 3) o turismo de natureza passou a ser a primeira opção dos turistas para passarem férias; 4) o tempo das estadias tende a ser mais prolongado depois da pandemia; 5) depois da pandemia a compra e reserva de viagens é feita maioritariamente online; 6) a segurança para realizar atividades turísticas é menor depois da pandemia; 7) as regras de higiene e segurança são condições indispensáveis para viajar depois da pandemia.

Para a realização deste estudo optou-se por recorrer à técnica de amostragem não probabi-

lística por conveniência, que se refere àquela em que os elementos da população são selecionados para integrar a amostra por conveniência, ou seja, por estarem disponíveis ou acessíveis ao investigador (Sousa & Batista, 2011). Assim, foi aplicado um inquérito por questionário que foi partilhado online, através das redes sociais e do correio eletrónico durante os meses de novembro de 2021 a fevereiro de 2022. Importa notar que se assegurou o anonimato e confidencialidade dos respondentes.

A construção do questionário baseou-se na revisão da literatura sobre o tema e optou-se pela utilização de um questionário misto, que incluiu questões abertas, fechadas e de escolha múltipla.

Uma primeira versão deste instrumento foi analisada por seis docentes do ensino superior, testada com quatro elementos do mesmo universo e alterada em função das sugestões recolhidas e dificuldades detetadas no seu preenchimento.

Foram obtidas 311 respostas ao inquérito. Os dados foram analisados e interpretados através do software estatístico *Statistical Package for Social Science* (SPSS) na versão 28. Foram calculadas medidas de estatística descritiva (frequências relativas, média e desvio padrão) dos dados obtidos com o questionário. Foi também efetuada uma análise multivariada, com o objetivo de perceber a existência ou não de relações entre diferentes variáveis. Ao nível da análise multivariada recorreu-se às tabelas de contingência para analisar pares de variáveis e verificar a existência ou não de relação através do teste de independência do Qui-Quadrado (Swinscow, 1997), com  $\alpha=5\%$  (nível de significância):

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^m \sum_{k=1}^n \frac{\left( n_{jk} - \frac{n_{j.} n_{.k}}{N} \right)^2}{\frac{n_{j.} n_{.k}}{N}}$$

Figura 1 | Chi-Square Statistics.

### 3.1. Caraterização da amostra

A maioria dos respondentes é do sexo feminino (63,3%) e pertence maioritariamente às faixas etá-

rias entre os 21-30 anos (33,8%) e os 41-50 anos (26,7%). Mais de 50% frequentou o ensino superior, sendo que 41,3% é trabalhador por conta de outrem e 29,8% estudante.

Quadro 1 | Caraterização da amostra

Variáveis	Opções	Frequência Absoluta (n)	Frequência relativa (%)
<b>Género</b>	Masculino	114	36,7%
	Feminino	197	63,3%
<b>Idade</b>	Menos de 20 anos	34	10,9%
	21-30 anos	105	33,8%
	31-40 anos	52	16,7%
	41-50 anos	83	26,7%
	51-60 anos	24	7,7%
	Mais de 60 anos	13	4,2%
<b>Nível de escolaridade</b>	1º ciclo	8	2,6%
	2º ciclo	0	0%
	3º ciclo	53	17%
	Ensino secundário	85	27,3%
	TeSP	28	9%
	Licenciatura	72	23,2%
	Mestrado	44	14,1%
Doutoramento	21	6,8%	
Não sabe ler/nem escrever	0	0%	
<b>Ocupação profissional</b>	Trabalhador por conta própria	45	12,4%
	Trabalhador por conta de outrem	123	41,3%
	Estudante	94	29,8%
	Trabalhador/Estudante	33	10,7%
	Pensionista/Reformado	7	3,3%
	Desempregado/Doméstica	9	2,5%

## 4. Resultados

Antes da pandemia 62% dos inquiridos viajava 1 a 2 vezes por ano em contexto de férias/lazer, e 29,8% fazia-o entre 3 a 5 vezes por ano. Depois da pandemia, os inquiridos revelam a mesma tendência quanto à frequência com que preveem viajar.

A maioria dos inquiridos (72,7%), antes da pandemia ficava alojada num hotel, num alojamento local (43,8%) ou em casa de familiares/amigos (35,5%). As opções principais dos indivíduos não se alteraram depois da pandemia,

mas houve um aumento significativo relativamente a ficar alojado num espaço rural, que passou de 6,6% antes da pandemia, para 21,5% depois da pandemia. Este resultado encontra explicação no facto dos alojamentos em espaços rurais, ligados à natureza, terem sido conotados com espaços mais seguros, onde o distanciamento social e as condições de higiene eram mais facilmente cumpridos. Estamos perante o *new normal* preconizado por Sengel (2021), onde o turismo ligado a espaços de natureza, assume particular relevo depois da crise pandémica.

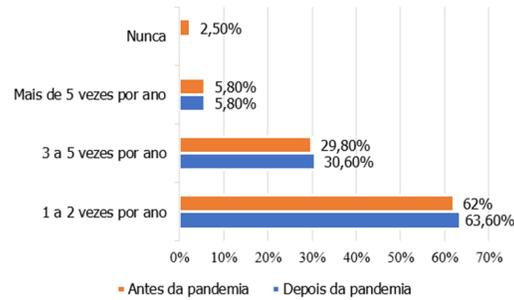


Figura 2 | Frequência com que viajava antes e depois da pandemia em contexto de lazer/férias

Durante a pandemia houve um acréscimo substancial na procura por estes espaços turísticos. “Pelos suas características os alojamentos direcionados ao turismo de natureza foram os mais procurados durante a pandemia. Embora tenham sentido fortes quebras antes do verão, durante os meses de junho a setembro, estes alojamentos tiveram quase sempre lotação máxima. A procura pelo campo, por espaços verdes e arejados, longe de aglomerados populacionais e centros urbanos fez com que este tipo de alojamento fosse o preferido

para quem gozou férias em 2020” (Sousa, 2022, p.29).

Nesse ano a hotelaria (79,2% do total das dormidas neste ano) apresentou um decréscimo de 64,5% nas dormidas, redução superior à registada pelo alojamento local (-59,4%) e pelo turismo no espaço rural e de habitação (-36,0%). As dormidas em *hostels* diminuíram 66,4%, representando 18,9% das dormidas em alojamento local e 3% do total de dormidas no setor do alojamento turístico neste ano (INE, 2021a).

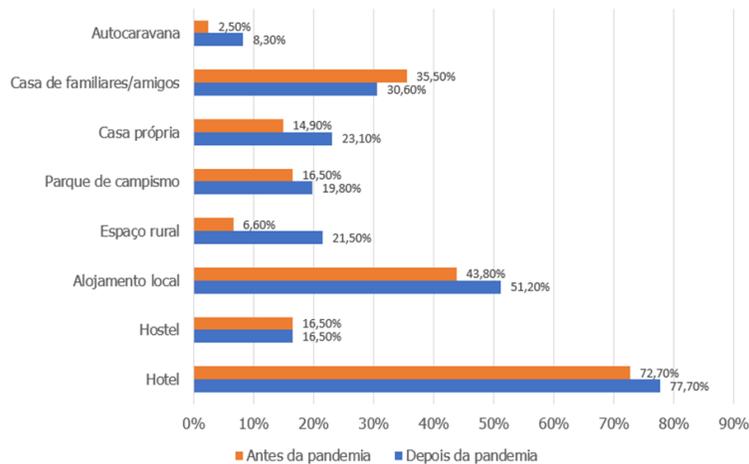


Figura 3 | Alojamento habitual antes e depois da pandemia em contexto de férias/lazer

Relativamente ao destino preferido para viajar, quase metade dos inquiridos não alterou as suas preferências relativamente à sua opção antes da pandemia. Assim, quase metade dos inquiridos refere que quer antes como depois da pandemia tanto viajam no seu país, como para o estrangeiro.

Quem identifica apenas uma opção tende mais a viajar no interior do seu país.

Estes dados revelam que, à semelhança do que aconteceu logo no primeiro ano da pandemia, há uma tendência para o aumento do turismo doméstico e de proximidade geográfica, que deve ser le-

vado em consideração no relançamento e reconstrução do turismo. Sengel (2021) ressalva que a COVID-19 provocou novas mudanças nos movimentos turísticos, em que a proximidade geográfica é central. Um “novo normal”, como realça

Sengel (2021), que reconhece as crises e problemas globais no turismo, antes da pandemia, e tem agora a oportunidade de eliminar ou reduzir os efeitos adversos do turismo.

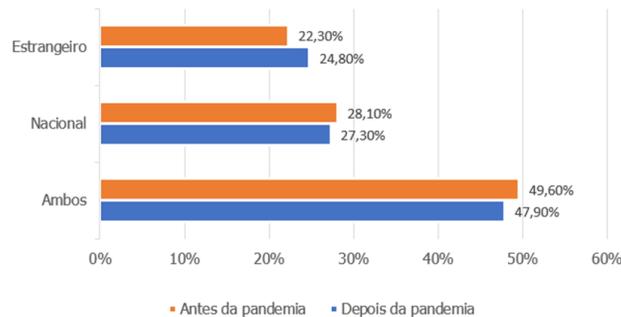


Figura 4 | Destino preferido para viajar antes e depois da pandemia

Quanto ao tipo de destino de férias preferido para viajar, tanto antes, como depois da pandemia, o produto turístico sol e mar recolhe a preferência dos inquiridos (talvez por se tratar de uma atividade associada ao ar livre e possibilidade de distanciamento). As diferenças mais assinaláveis referem-se ao produto turístico natureza, que passou a ter mais adeptos depois da pandemia (passou de cerca de 13% para 24%), ao passo que o produto turístico *city break* passou a ser menos procurado (de 26,40% para 15,70%), muito associado a turismo de massas. Esta diferença está relacionada com a procura de locais que garantam

o distanciamento social, longe de grandes aglomerados populacionais, numa aposta clara num “slow tourism” (Travelzoo, 2020; Benjamin et al., 2020; Sengel, 2021). Também Spalding et al. (2020) defenderam que os viajantes e turistas procuram hoje evitar multidões e cidades poluídas, pois há uma sensação de segurança das pessoas quando se encontram ao ar livre e em locais mais isolados. O estudo de Li et al. (2021) também apresentava resultados similares, mostrando que as atividades turísticas na natureza aumentaram depois da pandemia.

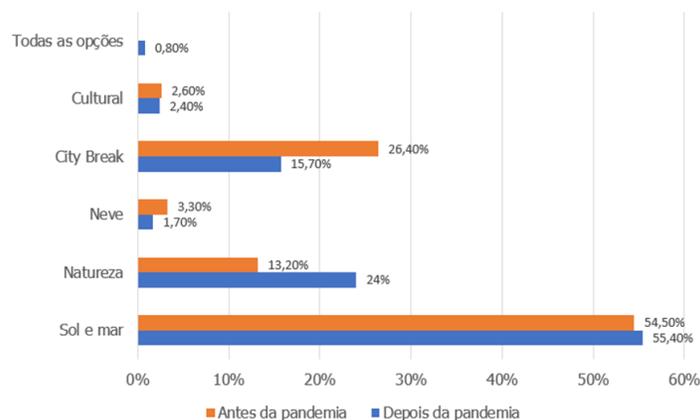


Figura 5 | Tipo de destino preferido para viajar antes e depois da pandemia

O tempo de duração da última viagem planeada antes da pandemia é similar ao que os inquiridos pretendem fazer depois da pandemia, embora no pós-pandemia se verifique uma ligeira diminuição nas viagens com duração superior a 7 dias e um ligeiro aumento nas viagens com duração inferior a 7 dias. Não é o fator duração da viagem que al-

tera a disposição para a viagem, mas a perceção do risco, que permite que os indivíduos, ficando alertas, assegurem comportamentos preventivos contra situações epidémicas e se disponham a viajar para locais onde consideram esse risco ser mínimo (Sigala, 2020; Borges & Byrne, 2022; Savadori & Lauriola, 2022).

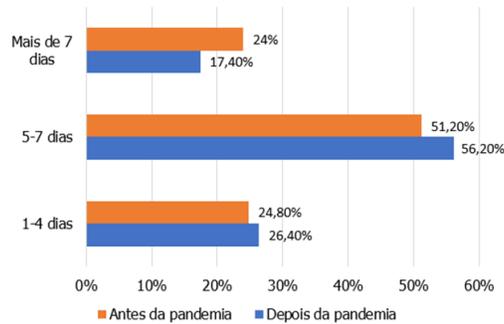


Figura 6 | Tempo de duração da viagem planeada antes e depois da pandemia

Relativamente à forma de compra e planeamento de viagens não há qualquer alteração do método escolhido antes da pandemia para a forma como o pretendem fazer depois desta. Apesar de o primeiro ano da pandemia, devido ao confinamento e à proibição de viajar para alguns países, ter obrigado ao cancelamento das viagens e levando à emissão de vouchers para o seu reembolso, algumas vezes com perda das viagens e do valor

monetário gasto com estas, obrigando ao envolvimento de burocracias e contactos com diferentes entidades para resolver as questões associadas ao cancelamento das viagens, os inquiridos não pensam alterar a sua forma de compra e planeamento das viagens depois da pandemia. Deste modo, 73,6% vai continuar a reservar e comprar a viagem online, sem intermediários, enquanto apenas 13,2% o vão fazer através de agências de viagem.

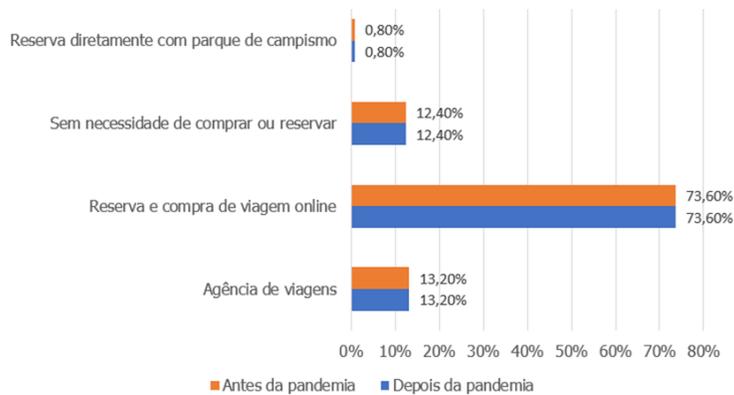


Figura 7 | Forma de compra e planeamento de viagens antes e depois da pandemia

O meio de transporte principal para viajar em férias vai continuar a ser o avião (75,2%) e depois o carro próprio (70,2%). Apesar de ter havido um ligeiro acréscimo nos adeptos da utilização do seu próprio carro para viajar relativamente ao período antes da pandemia, essa diferença é mais acentuada

quanto à utilização do comboio para o mesmo fim. Se antes da pandemia apenas 9,9% escolhia esse meio de transporte para se deslocar em férias, depois da pandemia 19,8% considera que o comboio vai passar a ser o meio privilegiado para as deslocações.

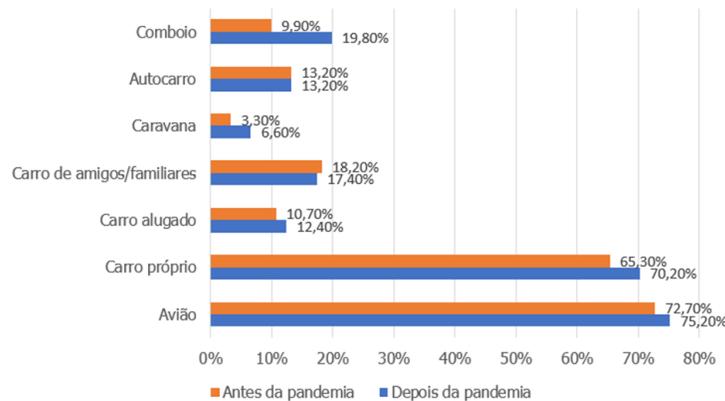


Figura 8 | Meio de transporte principal para viajar antes e depois da pandemia

Os resultados da medição do grau de segurança para realizar atividades turísticas antes e depois da pandemia resultam da média da escala de Likert de 1 a 5, em que 1 significa desacordo total e 5 significa acordo total.

Os inquiridos revelam um maior grau de segurança para realizar diferentes atividades turísticas antes da pandemia.

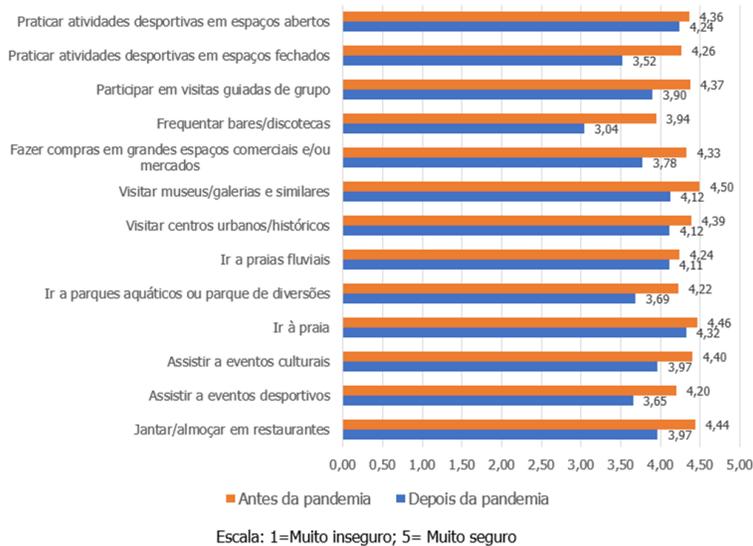


Figura 9 | Grau de segurança para realizar as atividades turísticas antes e depois da pandemia (média)

Nesse período todos os indivíduos disseram sentir-se seguros ou muito seguros em todas as atividades, embora com destaque para atividades como “visitar museus, galerias e similares” ( $\bar{x}=4,50$ ), “ir à praia” ( $\bar{x}=4,46$ ) e “jantar/almoçar em restaurantes” ( $\bar{x}=4,44$ ). Depois da pandemia, os indivíduos, embora considerem ter segurança na realização das atividades, este sentimento é menor se comparado com o grau de segurança antes

desse período. As atividades onde se registam um menor grau de segurança, aproximando-se da neutralidade quanto à questão, isto é, “nem seguro, nem inseguro”, são “frequentar bares/discotecas” ( $\bar{x}=3,04$ ) e “praticar atividades desportivas em espaços fechados” ( $\bar{x}=3,52$ ).

O quadro 2 mostra as respostas a um conjunto de afirmações sobre as condições para viajar depois da pandemia.

**Quadro 2** | Percentagem de respostas às questões sobre as condições para viajar depois da pandemia (escala de Likert: 1 – discordo totalmente; 5 – concordo totalmente); média e desvio-padrão, respetivos

	1	2	3	4	5	mean	SD
Qual o grau de concordância com as seguintes condições para viajar depois da pandemia							
Não ter restrições	23.97	19.83	31.40	13.22	11.57	2.69	1.65
Refeições ao ar livre	4.96	4.13	23.97	38.84	28.10	3.81	1.10
Lotação menor dos espaços	8.26	13.22	22.31	37.19	19.01	3.45	1.39
Quarentena à chegada do destino turístico	33.88	38.84	18.18	4.96	4.13	2.07	1.09
Realização de testes antigénio ou PCR	11.57	13.22	31.40	27.27	16.53	3.24	1.47
Limpeza e desinfeção dos espaços	0.83	2.48	4.13	34.71	57.85	4.46	0.58
Uso de máscara	4.13	14.88	19.83	27.27	33.88	3.72	1.43
Distanciamento Social	3.31	7.44	28.10	33.06	28.10	3.75	1.10

Depois da pandemia 93,4% referiu ter intenção de viajar, embora com algumas condições decorrentes do período de pandemia. Assim, os inquiridos concordam que é indispensável que se mantenha a limpeza e desinfeção de espaços ( $\bar{x}=4,46$ ), a realização de refeições ao ar livre ( $\bar{x}=3,81$ ), o distanciamento social ( $\bar{x}=3,75$ ) e o uso de máscara ( $\bar{x}=3,72$ ). Os inquiridos não concordam que se mantenha a realização de quarentena à chegada ao destino turístico ( $\bar{x}=2,07$ ), até porque isso inviabiliza o aproveitamento de vários dias de férias e também não são unânimes quanto ao facto da realização de testes antigénio ou PCR, porque isso acarta mais custos monetários para o turista.

Com o objetivo de verificar se existe alguma relação entre os destinos preferidos para viajar antes e depois da pandemia realizou-se uma análise multivariada recorrendo às tabelas de contingência e ao teste de independência do Qui-Quadrado de Pearson.

Os resultados (quadros abaixo) mostram que não existe qualquer relação relativamente aos destinos preferidos para viajar antes e depois da pandemia, o que nos leva a concluir que a pandemia não afetou a decisão de viajar para o estrangeiro ou no próprio país.

**Quadro 3** | Tabulação cruzada Destinos preferidos para viajar antes da pandemia \* Destinos preferidos para viajar depois da pandemia

	Destinos preferidos para viajar depois da pandemia				Total
	Ambos	Estrangeiro	Nacional	Total	
Destinos preferidos para viajar antes da pandemia	Ambos	46	5	9	60
	Estrangeiro	5	19	3	27
	Nacional	7	6	21	34
Total		58	30	33	121

**Quadro 4** | Teste de independência do qui-quadrado

	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	71,121 <sup>a</sup>	4	<,001
Razão de verossimilhança	64,707	4	<,001
N de Casos Válidos	121		

a. 0 células (,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 6,69.

Com o objetivo de verificar se existe alguma relação entre o género e quer com o facto de se sentir confortável para viajar neste momento quer com os destinos preferidos para viajar depois da pandemia, realizou-se uma análise multivariada recorrendo ao teste de independência do Qui-Quadrado de Pearson.

Os resultados obtidos mostram que, para um nível de significância de 5%, todos os cruzamentos efetuados apresentam um p-value superior a 0.05, o que significa que não há relação entre as variáveis analisadas e o género dos inquiridos (quadro 5).

**Quadro 5** | Cruzamento de variáveis com a variável Género

Variáveis	Género Teste do Qui- Quadrado de Pearson
1- Sinto-me confortável para viajar neste momento	(p=0.083)
2- Destinos preferidos para viajar depois da pandemia (nacional, estrangeiro, ambos)	(p=0.052)

#### 4.1. Perceção de segurança para viajar atualmente

Os inquiridos manifestam-se seguros e confortáveis para viajar atualmente ( $\bar{x}=3,48$  e ( $\bar{x}=3,64$ , respetivamente), embora esta perceção de segurança se deva em grande parte à implementação de medidas de higiene e segurança.

O quadro seguinte mostra as respostas a um conjunto de afirmações sobre a perceção de segurança atual para realizar viagens.

Os indivíduos revelam que depois da pandemia terão mais atenção a questões de higiene e segurança ( $\bar{x}=4,03$ ), e que a decisão de viajar para determinado país se prende com o facto desse país ter em vigor essas medidas de higiene e segurança ( $\bar{x}=3,21$ ). Assim, a maioria dos inquiridos concorda que “a implementação de medidas adicionais torna as viagens mais seguras” ( $\bar{x}=3,93$ ). Por esse motivo, “as medidas de higiene e segurança são os atributos mais importantes que um destino pode oferecer” ( $\bar{x}=3,69$ ).

**Quadro 6** | Percentagem de respostas às questões sobre e sobre a perceção de segurança atual para realizar viagens (escala de Likert: 1 – discordo totalmente; 5 – concordo totalmente); média e desvio-padrão, respetivos

	1	2	3	4	5	mean	SD
<b>Perceção de segurança atual para realizar viagens</b>							
Não viajo se o país de destino não tiver em vigor medidas de higiene e segurança adicionais	10.74	15.70	32.23	24.79	16.53	3.21	1.45
As implementações de medidas de segurança adicionais tornaram as viagens mais seguras	2.48	4.96	10.53	48.76	27.27	3.93	0.86
Depois da pandemia tenho mais atenção às questões de higiene e segurança	2.48	3.31	14.88	47.11	32.23	4.03	0.83
As medidas de higiene e segurança são os atributos mais importantes que um destino pode oferecer	4.13	8.26	23.14	42.98	21.49	3.69	1.06

As premissas para análise da perceção de segurança para viajar atualmente revelam que a pandemia não veio afastar a decisão dos turistas de viajarem para destinos de sol e mar ( $\bar{x}=2,08$ ) natureza ( $\bar{x}=2,93$ ) e centros urbanos ( $\bar{x}=2,40$ ). Contudo, os inquiridos mostram-se mais seguros a viajar no país (3,42), do que para o estrangeiro

( $\bar{x}=2,65$ ).

A duração e a redução dos planos para viajar nos próximos anos não parecem ter sido afetados por causa da pandemia, mantendo-se a vontade de o fazer atualmente.

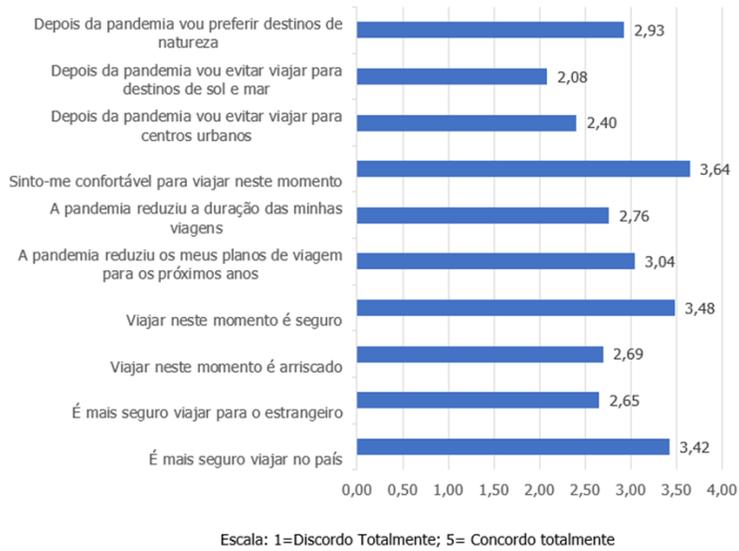


Figura 10 | Percepção de segurança atual para realizar viagens (média)

Com o objetivo de verificar se existe alguma relação entre a idade e o facto de considerar arriscado viajar atualmente realizou-se uma análise multivariada recorrendo às tabelas de contingência e ao teste de independência do Qui-Quadrado de Pearson.

Os resultados apresentados nos quadros seguintes mostram que não existe qualquer relação relativamente à idade e ao facto de se considerar se é ou não arriscado viajar atualmente, o que nos leva a concluir que a idade não influencia o sentimento de segurança para tal. Este resultado não está de acordo com o resultado de outros estudos em que a percepção do risco é maior nas faixas-etárias mais elevadas, o que está relacionado com os riscos para a saúde, sendo maior nas mulheres do que nos homens (Yangyang et al., 2021).

Quadro 7 | Tabulação cruzada Idade \* Considero arriscado viajar atualmente

Idade	Considero arriscado viajar atualmente			Total
	Concordo	Nem Concordo Nem Discordo	Discordo	
<20	8	8	8	24
21-30	8	9	18	35
31-40	5	4	7	16
41-50	1	7	18	26
>50	7	6	7	20
Total	29	34	58	121

Quadro 8 | Teste de independência do qui-quadrado

	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	11,429 <sup>a</sup>	8	,179
Razão de verossimilhança	13,478	8	,096
N de Casos Válidos	121		

a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,83.

## 5. Conclusão

A pandemia por COVID-19 veio provocar algumas alterações no planeamento de viagens e, também na percepção de segurança para viajar.

Começando pela questão dos alojamentos escolhidos pelos turistas para permanecerem em contexto de férias/lazer, podemos verificar que apesar das opções principais dos indivíduos não se alterarem depois da pandemia, houve um aumento significativo relativamente a ficar alojado num espaço rural (passou de 6,6% antes da pandemia, para 21,5% depois da pandemia) confirmando-se assim o que Sengel (2021) preconizava como o *new normal* onde o turismo ligado a espaços de natureza vai assumir particular relevo depois da crise pan-

démica.

Em relação à segunda hipótese sobre se depois da pandemia os turistas preferem fazer férias no próprio país, verificámos que afinal não é bem assim, pois quase metade dos inquiridos refere que quer antes como depois da pandemia tanto viajam no seu país, como para o estrangeiro. Apesar disso, quem identifica apenas uma opção refere mais viajar no interior do seu país, e este resultado pode estar interligado com o facto dos inquiridos se mostram mais seguros a viajar no país (3,42), do que para o estrangeiro (=2,65).

As alterações mais significativas que os turistas consideram que vão permanecer depois da pandemia relacionam-se com o aumento da procura de espaços turísticos de natureza e com as preocupações relacionadas com questões de higiene e segurança, indo ao encontro das conclusões do estudo de Li et al. (2021) que apresenta resultados similares, mostrando que as atividades turísticas na natureza aumentaram depois da pandemia. Os autores Spalding et al. (2020) e Romagosa (2020) também salientaram que após a pandemia a consciencialização do valor da natureza será maior e tenderá a reforçar o setor do turismo da natureza. Por isso, a procura por espaços mais amplos e ao ar livre, como locais mais remotos e menos desenvolvidos tanto em zonas costeiras como rurais serão os principais alvos de procura (Ferreira et al., 2021).

Quanto ao tempo das estadias tender a ser mais prolongado depois da pandemia também não se confirmou esta hipótese uma vez que o tempo de duração da última viagem planeada antes da pandemia é similar ao que os inquiridos pretendem fazer depois da pandemia; o que se pode coadunar com os resultados encontrados em estudos anteriores (Sigala, 2020; Borges & Byrne, 2022; Savadori & Lauriola, 2022), segundo os quais o que realmente altera a disposição para a viagem é a perceção do risco.

Relativamente à forma de compra e planeamento de viagens não há qualquer alteração do

método escolhido antes da pandemia para a forma como o pretendem fazer depois desta. Importa sublinhar que o modo de compra das viagens da maioria dos respondentes a este estudo já privilegia a compra online (73,6% vai continuar a reservar e comprar a viagem online, sem intermediários, enquanto apenas 13,2% o vão fazer através de agências de viagem).

Os inquiridos foram questionados relativamente ao grau de segurança que associavam a diferentes atividades turísticas antes e depois da pandemia e os resultados revelam um maior grau de segurança para realizar diferentes atividades turísticas antes da pandemia.

Em relação à questão se as regras de higiene e segurança são condições indispensáveis para viajar depois da pandemia, concluiu-se que os inquiridos concordam que é indispensável que se mantenha a limpeza e desinfeção de espaços ( $\bar{x}=4,46$ ), a realização de refeições ao ar livre ( $\bar{x}=3,81$ ), o distanciamento social ( $\bar{x}=3,75$ ) e o uso de máscara ( $\bar{x}=3,72$ ). Este resultado vai de encontro ao estudo de Borges e Byrne (2022) sobre a perceção do risco e os comportamentos preventivos perante a COVID-19, e revelam que há uma relação entre estas duas variáveis, isto é, quanto maior é a perceção do risco, mais os indivíduos tendem a ter comportamentos preventivos contra a doença.

Assim, o presente estudo revela que há uma forte vontade dos turistas retomarem o planeamento das suas viagens de férias/lazer como o faziam antes da pandemia, mas mantendo sempre regras de higiene e protocolos de segurança, como o distanciamento social, limpeza e desinfeção dos espaços, uso de máscara e refeições ao ar livre.

A perceção de segurança dos inquiridos para viajarem atualmente está intimamente ligada com o cumprimento e manutenção destas regras pelos países e empreendimentos turísticos.

É, por isso, importante que se aposte na divulgação da implementação destas regras de modo a diminuir o risco percebido do turista, para que haja uma efetiva retoma da atividade turística.

Desta investigação ressaltam três ideias-chave: 1) prevê-se que depois da pandemia haja um aumento da mobilidade dos turistas, embora este aumento se preveja que vá ser progressivo; 2) o aumento das viagens está associado à manutenção das regras de higiene e segurança, que por sua vez diminuem o risco percebido pelo turista; 3) tenderá a haver um aumento do turismo doméstico e de proximidade.

É necessário que haja uma reativação do turismo, que não se caia na tentação de o fazer apagando por completo as regras e normas de segurança aprendidas durante a pandemia. Esta reativação deve contemplar as normas e selos de certificação sanitárias, que garantam que o turista se sente seguro para realizar férias. Também o relançamento do turismo deve ter em atenção o turismo doméstico e de proximidade, que ganhou adeptos durante a pandemia.

O grande desafio parece estar na forma como a indústria hoteleira vai integrar estes elementos, que são fatores de confiança e ajudam ao aumento da procura turística, no seu modelo de negócio e no modo de operar, mesmo que isso diminua a sua capacidade operacional e aumente os custos de financiamento (Brito-Henriques, Boavida-Portugal & Arrobas, 2020).

O contributo desta investigação está relacionado com o estudo do impacto da COVID-19 nos planos de viagem e nesse sentido, compreender de que forma se perspetiva o turismo nos próximos anos.

Apontam os como limitações do estudo o facto de termos recorrido a uma amostra por conveniência, o que faz com que os resultados obtidos constituam apenas um indício dos resultados a uma escala mais generalizada. Assim, será pertinente atualizar os resultados com uma amostra maior e num futuro próximo, para comparar os resultados agora obtidos com os do próximo estudo.

## Referências

- Ahmad, M., Iram, K., & Jabeen, G. (2020). Perception-based influence factors of intention to adopt COVID-19 epidemic prevention in China. *Environmental Research*, 190, 109995. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2020.109995>.
- Bäuerle, A., Teufel, M., Musche, V., Weismüller, B., Kohler, H., Hetkamp, M., ... & Skoda, E.-M. (2020). Increased generalized anxiety, depression and distress during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study in Germany. *Journal of Public Health*, 42(4), 672–678. DOI: <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa106>
- Bechara, A., & Damasio, A. R. (2005). The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *Games and Economic Behavior*, 52(2), 336–372. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2004.06.010>
- Benjamin, S., Dillite, A., & Alderman, D. H. (2020). We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, Special Issue of COVID-19, 1-8
- Borges, J. & Byrne, M. (2022). Investigating COVID-19 risk perception and preventive behaviours in third-level students in Ireland. *Acta Psychologica*, 224. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103535>
- 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*. Teritur – CEG. DOI: 10.33787/CEG20200001
- Cartwright, R. (2000). Reducing the Health Risks Associated with Travel. *Tourism Economics*, 6, 159–167. DOI: <https://doi.org/10.5367/00000000101297550>
- Chen, Y., Feng, J., Chen, A., Lee, J. S., & An, L. (2021). Risk perception of COVID-19: A comparative analysis of China and South Korea. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61, 102373. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102373>
- Conner, M., Rhodes, R. E., Morris, B., McEachan, R. R. C., & Lawton, R. (2011). Changing exercise through targeting affective or cognitive attitudes. *Psychology & Health*, 26(2), 133–149. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.531570>
- Conner, M., McEachan, R. R. C., Taylor, N., O'Hara, J., & Lawton, R. (2015). Role of affective attitudes and anticipated affective reactions in predicting health behaviors. *Health Psychology*, 34(6), 642–652. <https://doi.org/10.1037/hea0000143>

- Cró, S. & Martins, A. (2017). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters?. *Tourism Management*, 63, 3-9. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.009>
- Ferreira, F., Costa, E., Ribeiro, J., Reis, A. (2021). Perceções do impacto da COVID-19 no Turismo outdoor no Parque Nacional da Peneda-Gerês. *Journal of Tourism & Development*, 36(1), 393-408. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.23748>
- Gallen, S. (2020). *The response of tourism businesses vis-à-vis the economic ramifications of SARS-CoV-2*. Retrieved from <https://www.aiest.org/news/>
- Garcez, A. G., Correia, R. A., & Costa, A. C. (2021). Understanding the Changes in the Tourists Perceived Risk after Covid-19. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 1-10. <https://doi.org/10.5171/2021.426881>
- Garg, A. (2015). Travel Risks vs Tourist Decision Making: A Tourist Perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 8(1), 1-9. DOI: 10.21863/ijhts/2015.8.1.004
- Golets, A., Farias, J., Pilati, R., & Costa, H. S. (2021). COVID-19 pandemic and tourism: The impact of health risk perception and intolerance of uncertainty on travel intentions. *Current Psychology*, 42(3), 2500-2513. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02282-6>
- Guillon, M., & Kergall, P. (2020). Attitudes and opinions on quarantine and support for a contact-tracing application in France during the COVID-19 outbreak. *Public Health*, 188, 21-31. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.08.026>
- Henderson, J.C. (2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Management*. Elsevier: Burlington, VT, USA.
- INE (2021). *Em 2020 - dormidas de não residentes: -74,9% e dormidas de residentes: -35,4% de zembro de 2020*. Retrieved from [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=415204526&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=415204526&DESTAQUESmodo=2)
- Khan, M., Chelliah, S. & Ahmed, S. (2017). Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139- 1155. DOI: 10.1080/10941665.2017.1374985
- Kim, S., & Kim, S. (2018). Exploring the Determinants of Perceived Risk of Middle East Respiratory Syndrome (MERS) in Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(6), 1168. <https://doi.org/10.3390/ijerph15061168>
- Lawton, R., Conner, M., & McEachan, R. R. C. (2009). Desire or reason: Predicting health behaviors from affective and cognitive attitudes. *Health Psychology*, 28(1), 56-65. <https://doi.org/10.1037/a0013424>
- Lee, S. W., Yang, H., Kim, G., Cheong, H., & Choi, B. Y. (2016). Preventive behaviors by the level of recognized sensitivity to infection during the MERS outbreak in 2015. *Epidemiology and Health*, e2016051. <https://doi.org/10.4178/epih.e2016051>
- Li, Z., Zhang, X., Yang, K., Singer, R., & Cui, R. (2021). Urban and rural tourism under COVID-19 in China: research on the recovery measures and tourism development. *Tourism Review*, 76(4), 718-736. <https://doi.org/10.1108/tr-08-2020-0357>
- Li, Z., Zhang, S., Liu, X., Kozak, M. & Wen, J. (2020). Seeing the invisible hand: Underlying effects of COVID-19 on tourists' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100502>
- Ma, L., & Christensen, T. (2019). Government Trust, Social Trust, and Citizens' Risk Concerns: Evidence from Crisis Management in China. *Public Performance & Management Review*, 42(2), 383-404. <https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1464478>
- Mao, C.-K., Ding, C.G. & Lee, H.-Y. (2010). Post-SARS tourist arrival recovery patterns: An analysis based on a catastrophe theory. *Tourism Management*, 31(66), 855-861. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.09.003>
- Mawby, R.I. (2000). Tourists' Perceptions of Security: The Risk—Fear Paradox. *Tourism Economics*, 6, 109-121. DOI: <https://doi.org/10.5367/00000000101297514>
- Narayana, G., Pradeepkumar, B., Ramaiah, J. D., Jayasree, T., Yadav, D. L., & Kumar, B. A. (2020b). Knowledge, Perception, and Practices towards COVID-19 Pandemic among General Public of India: A Cross-sectional online survey. *Current Medicine Research and Practice*. <https://doi.org/10.1016/j.cmrp.2020.07.013>
- Okuyama, T. (2018). Analysis of optimal timing of tourism demand recovery policies from natural disaster using the contingent behavior method. *Tourism Management*, 64, 37-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.019>

- 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, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102812>
- 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>
- Savadori, L., & Lauriola, M. (2021). Risk Perception and Protective Behaviors During the Rise of the COVID-19 Outbreak in Italy. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577331>
- Sengel, U. (2021). COVID-19 and “New Normal” Tourism: Reconstructing Tourism. *Journal of Tourism & Development*, 35, 217-226. <https://doi.org/10.34624/jtd.v0i35.24652>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Simpson, P. & Siguaw, J. (2008). Perceived travel risks: the traveller perspective and manageability. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 315-327. DOI: 10.1002/jtr.664
- Sönmez, S. & Graefe, A. (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
- Sousa, A.E. (2022). *O impacto da pandemia na hotelaria em Portugal Continental em 2020: medidas e estratégias* (Relatório de Pós-doutoramento). Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios: Segundo Bolonha* (3ª Ed.). Pactor.
- Spalding, M., Burke, L., & Fyall, A. (2021). Covid-19: implications for nature and tourism. *Anatolia an International Journal of Tourism and Hospitality*, 32(1), 126-127. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1791524>
- Swinscow, T. D. V. (1997). *Statistics at Square One* (9th edition). London: MBJ Publishing Group.
- Travelzoo (2020). Travelzoo U.S. Survey Reveals Flexible Travellers Find Opportunity in Current Crisis Climate. <https://www.prnewswire.com/news-releases/travelzoo-us-survey-reveals-flexible-travelers-find-opportunity-in-current-crisis-climate-301021703.html>
- UNWTO (2020). Impact assessment of the covid-19 outbreak on international tourism. Retrieved from <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
- UNWTO (2022). El Turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémicos. Retrieved from <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>
- Ye, M., & Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and COVID-19 infections: Evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science & Medicine*, 265, 113517. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113517>
- Zhong, Y., Liu, W., Lee, T., Zhao, H., & Ji, J. (2021). Risk perception, knowledge, information sources and emotional states among COVID-19 patients in Wuhan, China. *Nursing Outlook*, 69(1), 13-21. <https://doi.org/10.1016/j.outlook.2020.08.005>