

ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA - AVEC  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

CRISTIANE LOURDES DA SILVA  
LOURENÇO GABRIEL AFONSO FERREIRA PITA  
MARLEIDE BARBOSA DA SILVA ARAÚJO

**A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA DE COVID-19 NA INTENÇÃO DE  
VIAGENS PELO BRASIL**

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO - PE  
2021

CRISTIANE LOURDES DA SILVA  
LOURENÇO GABRIEL AFONSO FERREIRA PITA  
MARLEIDE BARBOSA DA SILVA ARAÚJO

**A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA DE COVID-19 NA INTENÇÃO DE  
VIAGENS PELO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Bacharelado em  
Turismo do Centro Universitário Facol –  
UNIFACOL, como requisito parcial para  
obtenção do do título de Bacharel em  
Turismo.

Área de Concentração:Turismo.

Orientador: Ms. FLÁVIO NUNES DE  
ARAÚJO MAIA

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO - PE  
2021

S586i

Silva, Cristiane Lourdes da, 1988 –

A influência da pandemia de covid-19 na intenção de viagens pelo Brasil. / Cristiane Lourdes da Silva; Lourenço Gabriel Afonso Ferreira Pita; Marleide Barbosa da Silva Araújo -- Vitória de Santo Antão, PE: O Autor, 2021.

65 f. 29 cm.

Orientador: Prof. Flávio Nunes de Araújo Maia

Monografia (Bacharel em Turismo) - UNIFACOL – Centro Universitário FACOL, Vitória de Santo Antão, PE, 2021.

Resumo em português e inglês

Inclui Referências

1. Turismo. 2. Covid-19. 3. Turismo no Brasil. 4. Impacto da covid-19. 5. Intenção de viagem. I. Maia, Flávio Nunes de Araújo. II. Título.

CDD 380.4



ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E CULTURA -AVEC  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL  
COORDENAÇÃO DE TCC DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ATA DE DEFESA



## A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA DE COVID-19 NA INTENÇÃO DE VIAGENS PELO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharel em Turismo do Centro Universitário Facol - UNIFACOL, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Área de Concentração: Turismo  
Orientador: Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia

A Banca Examinadora composta pelos Professores abaixo, sob a Presidência do primeiro, submeteu o candidato à análise da Monografia em nível de Graduação e a julgou nos seguintes termos:

Professor: Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia  
Julgamento – Nota: 10,0

Professor: Ms. Wendell de Moura Domingos  
Julgamento – Nota: 10,0

Professor: Esp. José Wellington da Silva  
Julgamento – Nota: 10,0

Nota Final: 10,00 . Situação do Acadêmico: Aprovado . Data: 08/12/2021

### MENÇÃO GERAL:

---

Coordenador de TCC do Curso de Turismo:

Flávio Nunes de Araújo Maia

Credenciada pela Portaria nº 644, de 28 de março de 2001 – D.O.U. de 02/04/2001.  
Endereço: Rua do Estudante, nº 85 – Bairro Universitário.  
CEP: 55612-650 - Vitória de Santo Antão – PE  
Telefone: (81) 3114.1200

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, aos nossos pais, maridos e filhos por toda dedicação e compreensão ao longo do curso e pelo incentivo à realização deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradecemos a Deus, pela força e perseverança durante o curso.

Aos nossos pais, por todo o carinho e esforço na concretização de um sonho que hoje podemos desfrutar juntos.

As nossas famílias que sempre nos apoiaram nos estudos e em nossas escolhas.

Ao nosso orientador e prof. Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia, pelo apoio e incentivo a nossa pesquisa e pela oportunidade de compartilhar conosco seus conhecimentos.

A todos os nossos professores, que contribuíram com seus conhecimentos para a nossa formação.

A todos os nossos colegas de sala, pelos três anos que passamos juntos, onde o apoio mútuo foi essencial para a nossa caminhada.

Finalmente, a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

## RESUMO

O turismo representa uma importante atividade econômica, com poder de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional. É uma atividade socioeconômica, cultural e ambiental, estimulada pela relação entre turistas, comunidade local e o ambiente, que demanda organização e estruturação do setor, assim como a associação entre diversos atores. Atualmente, a COVID-19, devido à sua alta disseminação e gravidade clínica, apresentou a necessidade de medidas duramente restritivas como: fechamento de fronteiras e de estabelecimentos, intensificação dos cuidados com a saúde, quarentenas, restrições de viagem e impedimento de aglomerações de pessoas. No Brasil, foi instituído o fechamento dos empreendimentos que prestam serviços considerados “não essenciais”, que inclui a atividade turística, sendo esse o primeiro setor a sofrer com os impactos da pandemia, e provavelmente o último a voltar a se recuperar. Diante do exposto, o presente estudo se propôs a investigar as influências da pandemia de COVID-19 na intenção de viagens pelo Brasil. Para isso utilizou-se do seguinte delineamento metodológico: estudo quantitativo de natureza descritiva exploratória. Tendo como público alvo homens e mulheres residentes no Brasil, com idade igual ou superior a 18 anos. De acordo com os dados coletados foi possível constatar que a pandemia influenciou negativamente na intenção de viagem dos brasileiros, visto que, (49,8%) dos brasileiros afirmaram que tiveram influência em suas viagens, decorrentes da COVID19, (50,2%) não desistiram de viajar, mesmo diante do risco percebido. A proposta de investigar as influências da pandemia de COVID-19 na intenção de viagens pelo Brasil foi alcançada na medida em que foram demonstradas que pouco mais de metade dos respondentes não sofreu influência em sua viagem durante a pandemia, juntamente com o dado de que a intenção de viajar no período de pandemia não foi diminuída. É importante incentivar o desenvolvimento de estudos voltados para essa temática afim de enriquecer o conhecimento no que se refere ao impacto de pandemias no turismo mundial e brasileiro.

**Palavras-chaves:** Turismo; COVID-19; Turismo no Brasil; Impacto da COVID-19; Intenção de viagem.

## ABSTRACT

Tourism represents an important economic activity, with the power to generate income, employment, foreign exchange and redistribute regional income. It is a socioeconomic, cultural and environmental activity, stimulated by the relationship between tourists, the local community and the environment, which demands organization and structuring of the sector, as well as the association between different actors. Currently, COVID-19, due to its high dissemination and clinical severity, presented the need for severely restrictive measures such as: closing borders and establishments, intensifying health care, quarantines, travel restrictions and preventing crowding of people. In Brazil, the closure of enterprises that provide services considered "non-essential" was instituted, which includes tourism, being this the first sector to suffer from the impacts of the pandemic, and probably the last to recover again. Given the above, the present study aimed to investigate the influences of the COVID-19 pandemic on the intention to travel in Brazil. For this, the following methodological design was used: quantitative study of exploratory descriptive nature. Targeting men and women residing in Brazil, aged 18 years or over. According to the data collected, it was possible to verify that the pandemic negatively influenced the travel intention of Brazilians, as (49.8%) of Brazilians said they had an influence on their travels, resulting from COVID19, (50.2%) they did not give up traveling, even in the face of perceived risk. The proposal to investigate the influences of the COVID-19 pandemic on the intention to travel in Brazil was achieved as it was demonstrated that just over half of the respondents were not influenced in their trip during the pandemic, together with the fact that the intention to travel during the pandemic period was not diminished. It is important to encourage the development of studies focused on this theme in order to enrich knowledge regarding the impact of pandemics on world and Brazilian tourism.

**Keywords:** Tourism; Covid 19; Tourism in Brazil; Covid impact 19; Intention to travel.

## **LISTRA DE ILUSTRAÇÕES**

FIGURA 1 - Tipos de riscos relevantes para o estudo .....	22
FIGURA 2 - Modelo teórico .....	25
QUADRO 1 - Composição do instrumento de coleta .....	28
QUADRO 2 – Hipóteses .....	39

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Perfil sociodemográfico dos respondentes .....	30
TABELA 2- Influência nas viagens .....	33
TABELA 3- Impacto nas viagens .....	34
TABELA 4- Intenção de viajar .....	36

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

COVID-19	Corona Vírus Disease 2019
H1N1	Gripe Influenza tipo A
HIV	Vírus da Imunodeficiência Humana
IBGE	Instituto Brasileiro e Geográfico
MP	Medida Provisória
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
SARS	Síndrome respiratória Aguda Grave
SARS-COV-2	Coronavirus 2 da síndrome respiratória aguda grave

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>Turismo</b>	<b>15</b>
2.1.1	Turismo no Brasil	17
<b>2.2</b>	<b>Destino turístico</b>	<b>19</b>
2.2.1	Destinos no território brasileiro	20
<b>2.3</b>	<b>Intenção de viajar</b>	<b>21</b>
<b>2.4</b>	<b>Influência da Pandemia de COVID-19</b>	<b>22</b>
2.4.1	O risco percebido em viagens	23
2.4.1.1	<i>Os tipos de riscos percebidos</i>	23
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>27</b>
<b>3.1</b>	<b>População e amostra</b>	<b>27</b>
<b>3.2</b>	<b>Procedimentos de coleta de dados</b>	<b>28</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>31</b>
<b>5</b>	<b>DISCUSSÃO</b>	<b>38</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>41</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>43</b>
	<b>APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados</b>	<b>51</b>
	<b>APÊNDICE B – Tipos de riscos relevantes para o estudo</b>	<b>56</b>
	<b>APÊNDICE C – Modelo teórico</b>	<b>57</b>
	<b>APÊNDICE D – Composição do instrumento de coleta</b>	<b>58</b>
	<b>APÊNDICE E – Perfil sociodemográfico dos respondentes</b>	<b>59</b>
	<b>APÊNDICE F – Influência nas viagens</b>	<b>61</b>
	<b>APÊNDICE G – Impacto nas viagens</b>	<b>63</b>
	<b>APÊNDICE H – Intenção de viajar</b>	<b>64</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo representa uma importante atividade econômica, com poder de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional (HADDAD, PORSEE, e RABAHY, 2013).

É uma atividade socioeconômica, cultural e ambiental, estimulada pela relação entre turistas, comunidade local e o ambiente, que demanda organização e estruturação do setor, assim como a associação entre diversos atores (BENI, 2012). Segundo Guizi (2019) o desenvolvimento da atividade turística possui elevado potencial para impulsionar inúmeras formas de ganhos econômicos para cidades e destinos, reduzindo as desigualdades regionais de renda.

Paralelamente, o turismo no Brasil e no mundo sempre esteve vulnerável a diversas crises ocasionadas por conflitos, guerras, terrorismo, desastres ambientais, desastres gerados por mudanças climáticas, desestabilização econômica, epidemias (HIV, Ebola, SARS, pandemia do H1N1) e pandemias (GÖSSLING, SCOTT E HALL, 2020), com potencial de impacto no fluxo turístico de regiões, bem como causar interferências nas estruturas de destinos turísticos, como pode-se verificar em estudos como os de Lohmann (2004), López, Anato e Rivas (2006) e Baumert (2016), que empenharam-se em estudar as crises e riscos que impactaram diretamente o turismo.

A COVID-19, doença causada pelo coronavírus denominado SARS-CoV-2, foi identificada pela primeira vez em Wuhan, na China, em dezembro de 2019. Em 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que a epidemia de COVID-19 constituía uma emergência de saúde pública de importância internacional, e, em 11 de março de 2020 (WHO, 2020), uma pandemia. Embora apresente um baixo nível de fatalidade quando comparada a outras doenças virais recentes, como a SARS e a Gripe A (H1N1), a COVID-19 expressa um alto grau de disseminação e contágio, exigindo medidas de distanciamento social, restringindo a mobilidade, e por consequência, causando impacto no turismo (CORBARI e GRIMM, 2020).

Devido às proibições e restrições de viagem internacionais, o turismo foi o primeiro setor a ser impactado (CHINAZZI et al.,2020), ocasionando uma queda abrupta e repentina nos fluxos turísticos brasileiros e, conseqüentemente, em todos os setores ligados direta ou indiretamente ao turismo, gerando desemprego e

impacto econômico (CORBARI e GRIMM, 2020).

Segundo Barbosa (2020) com a suspensão de viagens e as fronteiras fechadas ao redor de todo o mundo, a atividade turística se torna impraticável, tornando impossível o deslocamento de pessoas para outros lugares. Portanto, apesar das fronteiras estarem fechadas, o Brasil sendo um país de grandes dimensões, pôde concentrar o foco nas viagens locais e regionais, o que fez com que seu turismo interno crescesse, visto que houve possibilidades dos brasileiros se deslocarem em veículos próprios, embora muitas pessoas evitassem viajar devido ao risco de contágio.

A intenção de viajar está presente nos consumidores, porém com o cenário de pandemia simultaneamente com a crise econômica podem interferir na compra de viagens (PEREIRA et al., 2020). Vendo por esse prisma, os viajantes enfrentaram dúvidas e questionamentos quanto ao viajar, muitos haviam planejado, investiram psicologicamente e financeiramente, o que ocasiona alto envolvimento de sentimentos e aversão à perda referente a viagem em momento de pandemia (TVERSKY, KAHNEMAN, 1981; KAHNEMAN, 2011). Crenças sobre suscetibilidade ao vírus, características da doença e capacidade de autoproteção também foram alguns fatores que tiveram peso na decisão (PEREIRA et al., 2020). Por outro viés, a sensação de “normalidade” dos serviços ajuda para a avaliação do risco e para a percepção de que havia segurança para seguir com a viagem (MAYER; COELHO 2020).

A pandemia de COVID-19 trouxe incertezas à população do mundo e também do Brasil, um novo modo de vida foi instituído fazendo com que os consumidores mudassem seu comportamento. Esta mudança está diretamente associada ao modo de viajar dos brasileiros, uma prática muito adotada como forma de lazer, negócios e outros. Logo, tem-se a seguinte problemática:

Houve influência da pandemia de COVID-19 na intenção de viagens pelo Brasil?

Embora os impactos da pandemia de COVID-19 sobre o setor de turismo sejam evidentes, sua compreensão demanda estudos para que os dados revelem os significativos impactos da crise sanitária mundial sobre o turismo nacional, buscando assim conhecer e problematizá-los.

Diante do exposto, esse estudo justifica-se devido a relevância do momento atual e necessidade de investigar as influências da pandemia de COVID-19 nas

viagens pelo Brasil, visando colaborar com os estudos na área de turismo e contribuir com o *trade* turístico que são: as agências de viagens, rede hoteleira, os parques de diversões, os pequenos e grandes empreendedores, as comunidades das grandes e pequenas cidades, o poder privado, o poder público e toda área econômica relacionada com o turismo.

O estudo foi delineado e contextualizado, considerando as seguintes hipóteses:

H1: A pandemia de COVID-19 influenciou negativamente na intenção de viajar pelo Brasil por parte dos consumidores.

H2: A pandemia de COVID-19 não influenciou na intenção de viajar pelo Brasil por parte dos consumidores.

Conforme hipóteses apresentadas acima, o estudo segue com a fundamentação teórica e as pesquisas para confirmar ou refutar essas hipóteses.

Visto isso, o presente trabalho teve como objetivo geral investigar as influências da pandemia de COVID-19 na intenção de viagens dos brasileiros pelo Brasil. Tendo como objetivos específicos os seguintes itens:

- Pesquisar a influência da pandemia de COVID-19 nas viagens;
- Identificar quais foram os impactos da pandemia de COVID-19 em viagens pelo Brasil;
- Descrever como os turistas brasileiros avaliam o risco percebido diante dos impactos da pandemia em relação ao turismo;
- Analisar a intenção do consumidor sobre as viagens pelo Brasil.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a elaboração deste levantamento teórico, estudou-se os seguintes pilares: Turismo; Turismo no Brasil; Destino turístico; Destinos no território brasileiro; Intenção de viajar; Influência da pandemia de COVID-19; e risco percebido em viagens.

No entanto, cabe salientar que nesta etapa será desenvolvido o tema com base em pesquisadores, como descreve Luckesi (1986) :

“É para expressar o nosso pensamento, fundamentar nossas idéias e raciocínio que iremos utilizar de idéias já consagradas, conhecimentos já conquistados por outrem; por isso em nome da honestidade científica e intelectual, do rigor e da exatidão exigidos pelo trabalho de nível científico, faz-se necessário citar integralmente a fonte de onde se originou a idéia utilizada” (LUCKESI *et al.*, 1986, p. 192).

### 2.1 Turismo

O turismo tem definições que visam atender necessidades e situações específicas. Segundo Cooper et al. (2001) não é simples encontrar estrutura coerente na perspectiva da definição de turismo. Ainda assim, tentativas de definições de turismo são indispensáveis para dar crédito e pertencimento aos que estão incluídos nesse segmento, além das perspectivas práticas de medição e legislação.

Surge a tentativa de criar padrões mundiais de estatística, contribuindo para: a medição e análise da demanda; adquirir informação sobre a oferta; mensurar o impacto direto e indireto do turismo sobre os destinos e fluxos mundiais; contribuir no planejamento dos destinos turísticos; assessorar na formulação de estratégias de marketing; apontar as mudanças dos fluxos, padrões e preferências dos turistas, entre outros (SANCHO, 2001).

De acordo com Dias (2002) os variados conceitos de turismo podem ser analisados sob dois aspectos: econômico e cultural/social. O conceito de turismo como conjunto econômico é elaborado quando se refere aos diversos produtos e

serviços oferecidos pelas empresas com o propósito de suprir as necessidades do turista quando realiza uma viagem. Assim, o turismo é observado como uma atividade capaz de gerar divisas, criar empregos, contribuir para a redução das desigualdades regionais e pessoais de renda e um potencial impulsionador da economia local, regional, nacional e mundial. O conceito de turismo como prática social e cultural é vislumbrado quando há a construção de uma interação entre turistas e residentes, havendo mudanças sociais e culturais no destino. Assim, o turismo é visto como um fenômeno social e não só econômico (TADINI; MELQUIADES, 2010). A atividade turística pode ser uma solução expressiva para uma localidade que necessita de equidade social e desenvolvimento, porém o poder público não tem condições de investir em infraestruturas (BOURLON; MAO; OSORIO, 2011).

Por outro viés, Quinteiro e Baleiro (2017) afirmam que o turismo é o resultado da união de estudos realizados em múltiplas áreas científicas, como a antropologia, a economia, a sociologia, a gestão, a geografia, o direito, a psicologia, o planejamento, a organização territorial, o marketing, entre outros. Levando em conta esta afirmativa, é sabido que, devido a multiplicidade de visão e contributos de áreas dissemelhantes, a definição do conceito de turismo não seja consensual.

Há também a definição onde o turismo é abordado como indústria. De acordo com Boullón (2002) os termos referentes ao turismo como: indústria sem chaminés e indústria de viagens são intensamente divulgados pela imprensa e em alguns estudos da academia. Para Barbosa (2002) o termo indústria do turismo, surge com o sistema capitalista, comparando o turismo com as grandes indústrias, originado como uma criação do mercado que mobiliza uma boa parte dos recursos econômicos. O turismo está relacionado ao setor primário, visto que tem envolvimento na proteção do meio ambiente e no sensato uso dos recursos naturais. Também tem implicações no setor secundário, estimulando a produção de variados equipamentos e recursos específicos às atividades econômicas. Porém, é importante ressaltar que o turismo está posicionado no setor terciário da economia, pois, caracteriza-se pela prestação de serviços, possibilitando viagens, hospedagem, alimentação e lazer aos indivíduos que se deslocam de sua residência para suprir suas necessidades (ANDRADE, 2000).

### 2.1.1 Turismo no Brasil

O turismo vem crescendo no mundo e revela um impacto econômico e de emprego. Uma pesquisa realizada pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, 2019) aponta que o setor representa 10,4% do PIB (Produto Interno Bruto) global e 319 milhões de empregos, ou 10% do emprego total em 2018.

Corroborando com o texto acima, a globalização se apresenta como um processo que diminui ou elimina fronteiras, expande informações, valores e culturas, contribuindo de forma significativa para o turismo (DA SILVA et al., 2017). Held e McGrew (2003) defendem que as pessoas nunca estiveram tão expostas aos valores de outras culturas. Para Beni (2006) o turismo é a segunda atividade mais globalizada, após a bancária.

A política e a economia dos países desenvolvidos expandem as infraestruturas necessárias para a liquidez de mercadorias e das pessoas, sendo assim, o turismo no mundo atual é fomentado através da movimentação de indivíduos (DA SILVA et al., 2017).

Segundo o IBGE (2012), o Brasil tem 8.515.767,049 km<sup>2</sup>, abrangendo 47,9% da América do Sul, clima tropical, litoral de 7.400 km<sup>2</sup> de extensão. Possui grande diversidade de ecossistemas naturais, é provido tanto de uma beleza paisagística e de geografia única, quanto de um rico patrimônio cultural, gastronômico, histórico, ecológico, material e imaterial (TADINI, 2010).

Diante do tamanho do território e da disponibilidade de uma vasta diversidade de atrativos e belezas naturais, o Brasil tem um grande potencial turístico (RABAHY, 2019). Há um aproveitamento dos recursos naturais (praias, montanhas, dunas, florestas entre outros) e de bens imateriais (festas típicas, danças, costumes, hospitalidade entre outros) que o torna um promissor vetor de dinamização da economia, promovendo o crescimento de diversos setores, causando o efeito multiplicador (MARANHÃO, 2017).

Em vista disso, observa-se uma multiplicação de renda para os moradores da localidade, aumento no número de empregos e de negócios entre diversas empresas gerando arrecadação de impostos e captação de recursos para investimento em infraestrutura e equipamentos (TADINI; MELQUIADES, 2010).

Deste modo, é possível destacar um foco do setor econômico quando se

penha em fomentar o turismo no Brasil (CRUZ, 2002). Portanto, parece adequado dizer que o turismo no Brasil acompanhou os mesmos rumos da atividade no panorama mundial, mostrando características condizentes com a evolução do sistema capitalista da sociedade industrial, visto que o turismo como atividade de massa só aconteceu após a segunda guerra mundial, com os direitos adquiridos dos empregados, como: conquista de tempo livre, diminuição de horas de trabalho, férias remuneradas (MARANHÃO, 2017). Tudo isso aliado à evolução dos transportes, a redução das distâncias e ao aumento salarial, viabilizando o crescimento do poder de consumo, gerando a necessidade de viagem para afastar-se do estresse diário (CASTRO, 2006).

Para a OMT, cerca de cinquenta e dois setores da economia, pertencentes aos setores primário, secundário e terciário são diretamente afetados pela atividade turística, isto é, a renda alcançada com as despesas dos visitantes são deslocadas para outros setores, à proporção que as negociações comerciais são realizadas (TADINI; MELQUIADES, 2010).

Porém, apesar dos benefícios econômicos, o turismo pode causar impactos socioambientais e culturais significativos em um território (IRVING et al., 2005). Para evitar tais problemas é necessário estabelecer uma política pública adequada, beneficiando de forma sustentável cidades e regiões, fazendo do turismo uma alternativa de atividade econômica, social e cultural, criando oportunidades de modernização, gerando uma interdependência para que isso aconteça (BENI, 2006; AGÜERA, LÓPEZ-GUZMÁN, 2015).

A importância das políticas públicas deriva de sua relação direta com os elementos de governança, que se associam diretamente às discussões concernentes ao desenvolvimento regional e do turismo (NÓBREGA, 2012). As elaborações de políticas públicas para o turismo guiam o desenvolvimento turístico orientando as ações a serem tomadas, com estratégias que corroboram para empregar os recursos disponíveis até a conquista dos objetivos (BENI, 2006).

Dessa forma, a elaboração de um planejamento turístico é uma ferramenta essencial para organizações do *trade* turístico, é um processo inalterável e constante de reflexão e análise para a escolha de alternativas que proporcionem alcançar determinados resultados a longo prazo, pode-se afirmar que o planejamento é a base para o desenvolvimento da atividade turística (SILVA, SILVA, 2014).

## 2.2 Destino turístico

O conceito de destino turístico apresenta-se como sendo uma cidade ou região que uma pessoa tem o intuito de visitar (BINTER et al., 2016). Uma região geográfica com limites físicos definidos, que pode ser uma cidade, região ou país. Segundo Leiper (1979) é uma localidade que possui recursos naturais ou artificiais, que atraem turistas que permanecem temporariamente. A imagem dos destinos turísticos está frequentemente agregada aos seus atributos naturais e culturais e às peculiaridades que os diferenciam dos demais destinos (SMITH, 2013).

Com intenção de destacar os atributos acima descritos, são criadas estratégias eficientes que propiciem a competitividade gerada pelo surgimento de outros destinos turísticos (SMITH, 2013).

No entanto, esses conceitos não se limitam a aspectos geográficos. Para Buhalis (2000) um destino turístico deve ser a associação de produtos, serviços e a experiência propiciada por ele. Bem como: atrações, eventos, infraestrutura, acessibilidade, oportunidades, fatores humanos e hospitalidade dos moradores locais (LUMSDON, 2000). Portanto, é um produto que engloba elementos tangíveis e intangíveis alicerçados nas atividades ocorridas na localidade com base no potencial autóctone, com o objetivo de satisfazer as necessidades dos turistas (ALBAYRAK; CABER, 2018; ZHANG; WU; BUHALIS, 2018).

Corroborando com o texto acima, o autor Valls aponta uma definição para destino turístico, como sendo:

“[...] país, região ou estado, cidade ou lugar como um espaço geográfico determinado, com características de clima, raízes, infraestruturas e serviços próprios; com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento; que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados à satisfações buscadas...” (VALLS, 2006, p. 16).

Paralelamente, Cooper et al. (2001) confirmam que são os atrativos de uma região geográfica que despertam o desejo de visita dos turistas, e ressalta que as demandas tem poder modificador perante a estrutura e o caráter do destino através

da geração de ofertas e transformação nos componentes característicos mediante o planejamento e desenvolvimento do turismo. Os atrativos devem ser adaptados de maneira a suprir os interesses da diversidade dos turistas bem como dos moradores locais. Dessa forma, o projeto turístico da localidade deve ser construído usando como base as particularidades específicas de cada região (BOURLON, MAO e OSORIO, 2011).

Segundo Flores e Mendes (2014) o turista não quer apenas ser o consumidor do produto, ele quer fazer parte do processo, quer interagir com a comunidade. Para o autor Cooper et al. (2008) o destino turístico é uma experiência cultural. Sendo assim, um dos grandes desafios para os gestores é proporcionar experiências de alta qualidade e atender as expectativas dos diversos segmentos turísticos.

### 2.2.1 Destinos no território brasileiro

Segundo Lohmann (2012) no Brasil, o turismo é reconhecido como uma atividade econômica que faz parte do setor de serviços, ou seja, o setor terciário, porém em países da Europa como Inglaterra e Alemanha se considera a atividade pertencente ao setor secundário, visto que muitos dos conceitos da indústria turística são aplicados a serviços e podem propiciar benefícios para os *stakeholders* envolvidos, sejam eles consumidores, fornecedores, gestores públicos ou privados, evidenciando a necessidade de ferramentas para que as empresas consigam se destacar, uma vez que nesse cenário multinacionalizado o mercado mostra-se cada vez mais competitivo, e as empresas necessitam de ferramentas para se evidenciar no mercado (LOHMANN, 2012).

Por outro viés, os recursos são responsáveis pelo potencial de desenvolvimento turístico de uma localidade, porém o seu progresso é dependente da habilidade de valorização e criação de novos fatores que atraiam visitantes (MONTEIRO, 2014). Dessa forma o Brasil vem instigando empresas e destinos a estruturarem-se de modo a ter habilidade para atrair os consumidores no mercado competitivo dos destinos turísticos. Pois, é um processo que requer uma sucessão de medidas dos destinos, onde os principais envolvidos (as empresas privadas,

poder público, entre outros) necessitam de integração e investimentos contínuos na busca de vantagens de mercado (LOHMANN, 2012).

Para Madeira (2010) o sucesso dos desafios encontrados no setor de turismo se deve ao modelo de planejamento e gestão das atividades econômicas, onde se utiliza o marketing e a comercialização. O Brasil é constituído por um rico e diversificado patrimônio cultural, natural e ambiental, entre outros recursos variados, o que permite experiências turísticas únicas e inesquecíveis, suprindo às necessidades e os desejos de um turista que tem intenção de ser transformado por essas experiências vividas (MADEIRA, 2010).

### **2.3 Intenção de viajar**

A temática mais pesquisada no âmbito do turismo relaciona-se com a escolha do turista em visitar uma localidade, conduzindo o visitante a ter tomadas de decisões na hora de viajar (SMALLMAN ; MOORE, 2010). De acordo com Tassiello e Tillotson (2020), que focam suas pesquisas na causa das intenções de viagem e a busca por informações na hora de tomar a decisão para onde se vai viajar, o processo de escolha e tomada de decisão é gradativo e passa por diversas fases, onde frequentemente os turistas acreditam que a busca por conhecimento os leva a melhores escolhas na hora de definir o destino. Portanto, o turismo pode ser compreendido como o resultado do conjunto de relações entre os visitantes e o local visitado (RODRIGUES, 2015).

De acordo com os estudos de Kah, Lee e Lee (2016) ao analisar os efeitos na dissemelhança entre a intenção de viajar e o comportamento real, foi comprovado que os motivos para não viajar podem ser a idade e renda, principalmente pelos jovens em razão de preocupações como carreira; dívidas e outras responsabilidades; e a distância espacial. Por outro lado, Crawford e Godbey (1987) citaram como fatores de impedimento: obstáculos interpessoais, preferências e bloqueios ao lazer.

A perspectiva pandêmica juntamente com a crise econômica podem ocasionar um declínio na aquisição de viagens (PEREIRA et al., 2020). Para amenizar esse cenário, a compreensão do comportamento dos consumidores

contribuiu no setor turístico a administrar de forma mais eficaz a crise (PERUGINI; BAGOZZI, 2001).

Segundo Zurad Pololikashvili, secretário geral da OMT (2020), o setor do turismo foi um dos mais afetados pela pandemia e enfrenta um dos maiores desafios de todos os tempos no mundo. E ainda ressalta que hoje se tem a oportunidade de representar o turismo de forma diferente, e que deve-se fazer as coisas andarem melhor com o uso da tecnologia com o intuito de reativar o cenário do pós-pandemia no turismo.

## **2.4 Influência da Pandemia de COVID-19**

As epidemias e pandemias fazem parte da história e sinalizam períodos de vulnerabilidades, colapsos e transições complexas na sociedade. Nesse cenário, são referidas a peste de Atenas (430-427 a.C.), a peste de Siracusa (396 a.C.), a peste Antonina (169-180 d.C.), a peste do século III (240-270 d.C.), a peste Justiniana (542 d.C.) e a peste negra do século XIV (1347-1353) (REZENDE, 2009).

Atualmente, o planeta passa por outro período de pandemia, o da COVID-19, doença causada pelo novo Coronavírus (SARS-CoV-2) (SOUZA, 2021). Devido a sua alta disseminação e gravidade clínica, a Organização Mundial da Saúde (OMS) em 30 de janeiro declarou emergência internacional de saúde pública e no dia 11 de março, a pandemia foi oficializada (OMS, 2020).

Desde que o vírus se espalhou pelo mundo, os esforços foram concentrados em conter a disseminação do SARS-CoV-2, muitas ações foram tomadas, como: fechamento de fronteiras e de estabelecimentos, intensificação dos cuidados com a saúde, quarentenas, restrições de viagem e triagem em aeroportos, e impedimento de aglomerações de pessoas (DUDDU, 2020; SALCEDO; CHERELUS, 2020). Apesar de tentar controlar a disseminação do vírus, os impactos causados pela COVID-19 foram em nível global, companhias aéreas sofreram redução de voos, hotéis fechados ou com poucos hóspedes, atrativos turísticos sem visitantes, praias com proibição de acesso à faixa de areia, agências de turismo necessitaram adiar e cancelar viagens, shows e eventos suspensos (CLEMENTE, 2020).

No Brasil, o isolamento foi instituído pelo governo federal (Portaria Nº 340, 2020), que estabeleceu o fechamento dos empreendimentos que prestam serviços considerados “não essenciais”, que inclui a atividade turística (Decreto Nº 10.282, 2020). Da mesma forma, foi instituída a Portaria nº 08 de 02 de abril de 2020, que restringiu a entrada de estrangeiros via transporte aéreo e fechou as suas fronteiras terrestres, exceto para os residentes e cidadãos brasileiros (SALCEDO; YAR; CHERELUS, 2020).

Por consequência da relação delicada entre o turismo e a propagação de doenças (HALL et al., 2020; SHI e LIU, 2020), os turistas foram orientados a evitar viagens desnecessárias (KARIM et al., 2020; RAIBHANDARI et al., 2020). Portanto, o turismo foi diretamente afetado pela crise econômica e social, provocada pela possibilidade de contágio por COVID-19 (BARBOSA, 2020).

#### 2.4.1 O risco percebido em viagens

O conceito do termo “risco percebido”, foi referido pela primeira vez por Bauer (1960, p.390), referindo-se ao comportamento do consumidor, declarando que “qualquer ação de um consumidor produzirá consequências que ele não pode antecipar com algo que se aproxima da certeza, e algumas das quais pelo menos provavelmente serão desagradáveis”. De acordo com Khan et al. (2020) o risco percebido representa a incerteza sobre os possíveis resultados negativos na utilização de um produto ou serviço.

Segundo Sönmez (1998) no que se refere ao comportamento de viagem, o risco percebido é "a probabilidade percebida de que a ação pode expor um indivíduo ao perigo e pode influenciar as decisões de viagem se o perigo percebido é considerado como estando além de um nível aceitável". Sendo assim, como viajantes a lazer, a maioria dos turistas é contrário ao risco e preferem procurar destinos que ofereçam o máximo de benefícios pessoais com o mínimo risco possível (SONG; LIVAT; YE, 2019).

O processo de tomada de decisão do viajante sofre influências devido ao caráter intangível do serviço turístico, pois o faz sentir-se vulnerável a um alto risco, influenciando também o seu comportamento através das percepções que estão

relacionadas ao destino, ao tipo de férias e aos produtos turísticos (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Portanto, o parágrafo acima mencionado corrobora com a percepção de Marques; De Souza; Kovac, (2011) quando afirmam que ao adquirir um serviço turístico, o viajante está comprando uma experiência autêntica, que se inicia desde o planejamento, durante a permanência no destino escolhido até o retorno a sua casa.

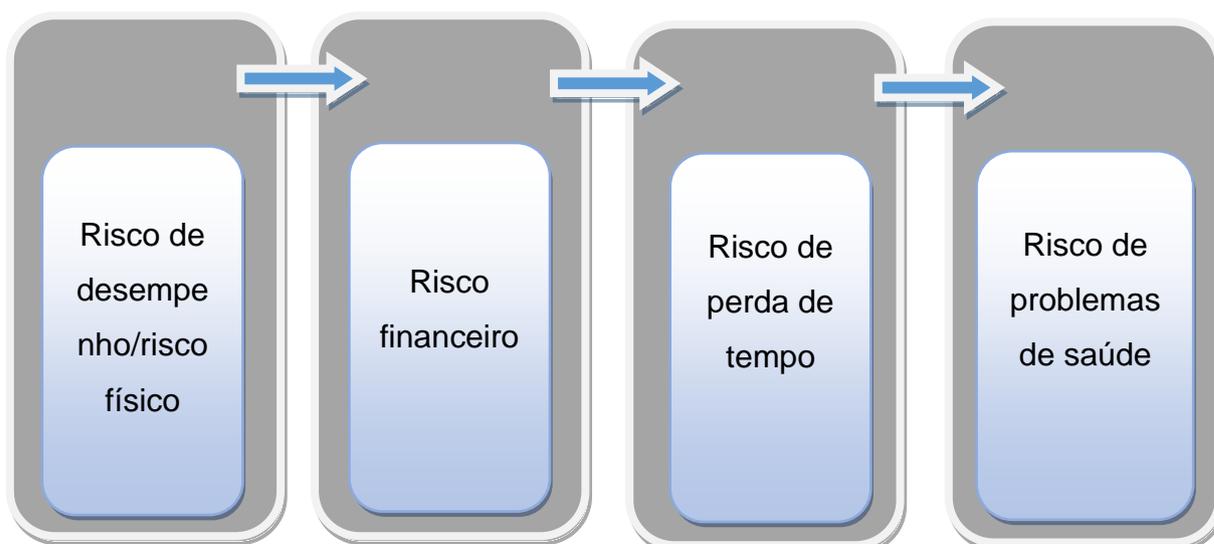
Os estudos de Pereira (2020) mostraram que o setor do turismo é vulnerável a incidentes diretos ou indiretos que podem impedir a segurança dos visitantes. Sendo assim, quanto mais severa uma crise de segurança, maior é o efeito negativo associado a um destino turístico (LIU; PRATT, 2017). A exemplo, tem-se o cenário ocorrido em 2009 com a disseminação do vírus H1N1 no México, onde Lee et al. (2012), classificaram o risco percebido como um obstáculo intimidador da intenção dos turistas em visitar outros países.

Desse modo, uma medida do risco percebido é a gravidade percebida, que vem do Modelo de Crenças em Saúde (BECKER, 1974) onde evidencia a crença de que uma doença teria repercussões negativas para saúde ou bem-estar (BREWER; FAZEKAS, 2007), influenciando os turistas que possuem planos de viajar e que relatam estar mais cuidadosos e atentos a riscos de saúde (CAHYANTO et al., 2016; SONG et al., 2019). Na pesquisa de Lau et al. (2009), os turistas acreditaram que o risco de contrair doenças poderia ser diminuído caso evitassem viajar para lugares com pandemia.

#### 2.4.1.1 *Tipos de riscos percebidos*

Diversos tipos de riscos vêm sendo pesquisados por estudiosos do setor de turismo (PEREIRA et al., 2020). Segundo os autores Roehl e Fesenmaier (1992) o risco percebido pelos viajantes são classificados em três categorias de percepção: os viajantes que não julgam a viagem arriscada; o risco neutro; e o risco funcional.

FIGURA 1: Tipos de riscos relevantes para o estudo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Com base nos riscos acima mencionados, estudos que se referem a risco de desempenho/risco físico em viagens são citados em estudos de Khan et al., (2019), onde foi abordado, sobretudo, como os turistas veem esse risco. Quando se decide viajar, fica nítido que o conforto físico está associado ao desempenho esperado de uma experiência turística (REIS, 2011).

O risco financeiro provoca a percepção de que pode haver um prejuízo financeiro caso a efetivação da compra não tenha êxito (BATESON; HOFFMAN, 2001), causando a impressão de que o produto não vale quanto custou (SCHIFFMAN; KANUK, 1997), ou seja, a compra resultou um prejuízo financeiro ao consumidor (MOWEN; MINOR, 2003). Segundo Costa e Lucian (2020) seus estudos evidenciaram que o risco financeiro influenciou negativamente a atitude do consumidor. Sendo assim, em uma viagem, há a preocupação em ter que disponibilizar uma quantia não planejada, oriunda de altos preços dos produtos turísticos, provocando cautela pelo risco percebido de se perder dinheiro gasto na viagem (REIS, 2011; BENI, 2004).

O risco de perda de tempo está relacionado ao tempo utilizado na compra de um produto ou serviço (RINDFLEISCH; CROCKETT, 1999), e o tempo gasto nessa aquisição pode ter sido inútil caso não tenha atendido às expectativas. (SCHIFFMAN; KANUK, 1997).

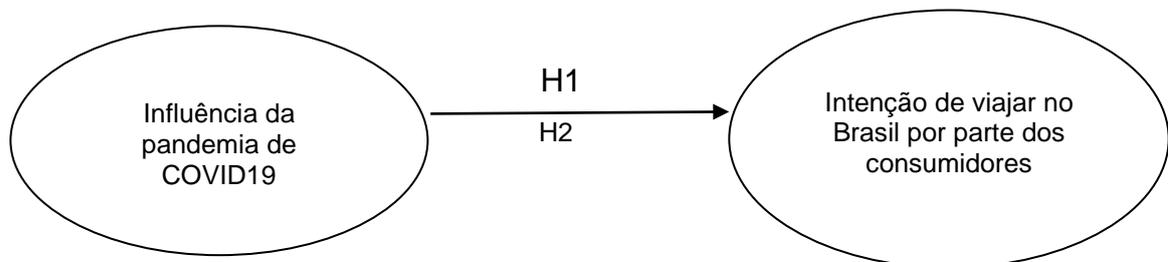
“A preocupação com o fato de ter o tempo perdido durante uma

viagem foi significativa entre os participantes, sob dois aspectos – a impossibilidade de usufruir determinados atrativos, tornando uma “perda de tempo” a viagem até eles, e a chance de o destino não ser como se esperava, gerando a sensação de “perda de tempo” (REIS, 2011, p. 72).

No tocante ao risco de problemas de saúde, Matos; Barcellos; Camargo, (2013) afirmam que quando o turista viaja para um destino onde o ambiente é desconhecido, provavelmente haverá a chance de estar exposto a riscos de saúde, portanto o turismo pode ser visto como atividade de risco. Sendo assim, os viajantes com receio de contrair doenças, de se sentir indisposto ou de ter crises de doenças pré-existentes, tomam medidas preventivas antes da viagem (REIS, 2011).

Dessa forma a figura 1, nesse estudo, apresenta a variável dependente influência da pandemia de COVID-19 com intenção de determinar a relação do fator com o fenômeno observado, e assim verificar a influência que exerce sobre a variável em estudo, que é intenção de viajar pelo Brasil por parte dos consumidores.

FIGURA 2: Modelo Teórico



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

### 3 METODOLOGIA

A metodologia aplicada a esse estudo, trata-se de uma pesquisa quantitativa, de natureza descritiva e exploratória. De acordo com Marujo (2013), a abordagem quantitativa é aquela que se caracteriza pela utilização de estratégias como experiências ou levantamentos e coleta dados por ferramentas pré-determinadas que resultem em dados estatísticos, ao passo que a pesquisa descritiva é observada pela descrição das características de determinada população ou fenômeno ou ainda o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 1999).

Segundo GÜNTHER (2006) a pesquisa quantitativa refere-se à interação prática entre o pesquisador e o objeto de estudo, onde procura-se criar um ambiente isento de intervenções, como valores ou características do autor.

A pesquisa exploratória tem por objetivo aprimorar hipóteses, validar instrumentos e proporcionar familiaridade com o campo de estudo. Constitui a primeira etapa de um estudo mais amplo, e é muito utilizada em pesquisas cujo tema foi pouco explorado, podendo ser aplicada em estudos iniciais para se obter uma visão geral acerca de determinados fatos (VASCONCELOS; LIMA; COSTA, 2007; GIL, 2002) Portanto, para aprofundar conhecimentos sobre o tema, foram efetuadas, leituras e fichamentos de artigos, revistas e sites de pesquisa que discutem sobre o assunto, bem como o *google* acadêmico.

#### 3.1 População e amostra

A amostra apresenta inúmeras vantagens como a economia de tempo e de recursos, dados mais precisos a respeito de uma população estudando somente uma parcela da mesma (NOBRE et al., 2017).

De acordo com Vergara, população e amostra são definidos como:

“Entenda-se aqui população não um número de habitantes de um local, como é largamente conhecido o termo, mas um conjunto de elementos (empresas, produtos ou pessoas) que possuem as características que serão objeto de estudo. População amostral ou amostra é uma parte do universo (população), escolhida segundo

algum critério de representatividade” (VERGARA, 1997, p. 48).

Dito isso, o presente estudo foi composto por homens e mulheres residentes no Brasil, com idade igual ou superior a 18 anos. O somatório geral de respostas coletadas foi de 400 indivíduos.

### 3.2 Procedimentos de coleta de dados

Na concepção de Chizzotti (2001) a coleta de dados é proveniente de documentos, de observação ou por meio de respostas e relatos de indivíduos que possuem as informações indispensáveis aos objetivos da pesquisa, que posteriormente serão analisadas.

A pesquisa de campo ocorreu na forma de levantamento de campo (*survey*) e de corte transversal com a amostragem não probabilística, do tipo bola de neve e o instrumento de coleta de dados foi um questionário construído na plataforma *Google Forms* e disponibilizado *online* por meio das redes sociais: *whatsApp*, grupos de viagens no *Facebook* e *Instagram*.

De acordo com Manzato (2012), necessita-se de uma atenção especial na coleta de dados para pesquisa quantitativa por intermédio de questionários, visto que requer uma posterior análise estatística para que os resultados sejam validados.

O estudo piloto, também chamado de projeto piloto, é definido como um instrumento em pequena escala capaz de reproduzir os meios e métodos planejados para um dado estudo que serão encontrados na coleta de dados definitiva (MACKEY; GASS, 2005; SILVA; OLIVEIRA, 2015).

Nas palavras de Bailer, Tomitch, e D'Ely, o estudo piloto é uma “mini versão do estudo completo” (2011, p. 130). Sendo assim, é por meio desse momento no estudo que é possível testar a adequação dos instrumentos e procedimentos contidos no método com vistas a possibilitar adaptações que se julguem necessárias para a coleta de dados definitiva (CANHOTA, 2008).

O estudo piloto ocorreu entre 24 a 25 de agosto de 2021, sendo testado por 12 respondentes. Tendo por objetivo identificar falhas apontadas, conforme afirma Gil (1999), ajuda a verificar se há complexidade das questões, imprecisão na redação, falta de clareza, repetição de questões, falta de consistência do

instrumento, falta de adequação ao objetivo do estudo, consistência da linguagem com o público alvo (GIL, 1999).

Já o período de coleta de dados foi entre 26 de agosto a 12 de setembro do mesmo ano. Os dados coletados foram analisados por meio dos gráficos e os itens das variáveis compostas para a investigação.

Para tal, utilizou-se a escala do tipo *Likert* para mensurar as variáveis dependentes e independentes com pontuação de 1 (discordo totalmente) à 5 (concordo totalmente). Likert (1932), que sugeriu uma escala unificada em que através do mesmo instrumento fosse possível identificar o sentido e a intensidade da atitude. Desde então (até os dias atuais), a mensuração neste formato é a mais aceita entre os pesquisadores e profissionais de mercado (SANCHES et al., 2011).

O questionário foi composto por 22 itens, distribuídos entre variáveis independentes, variável dependente e perfil sociodemográfico dos respondentes.

O quadro 1 exibido em seguida, foi descrito com o propósito de apresentar os itens que compuseram o questionário, acompanhados de sua autoria e dos construtos ao qual se referem.

QUADRO 1: Composição do instrumento de coleta

CONSTRUTO	AUTORIA DA ESCALA	ITENS
Influência nas viagens	Neves et. al., (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Você viajou mesmo diante do quadro de pandemia?</li> <li>- Você tinha alguma viagem programada?</li> <li>- Sua viagem sofreu alteração?</li> <li>- Sua viagem sofreu alguma influência por conta da COVID-19?</li> <li>- Qual foi o nível de influência da COVID-19 em sua viagem?</li> <li>- A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido de até 6 meses?</li> <li>- A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido entre 6 meses e um ano?</li> </ul>
Impacto nas viagens	Neves et. al., (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sua viagem foi cancelada?</li> <li>- De que modo a empresa compensou o cancelamento da sua viagem?</li> <li>- Você teve possíveis prejuízos financeiros?</li> </ul>
Intenção de viajar	Hakala, U., e Lemmetyinen, A. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe a probabilidade de eu viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses?</li> <li>- Tenho intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo.</li> <li>- Escolheria algum destino turístico nacional para visitar nos próximos feriados ou tempo livre?</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Conforme quadro acima, representa as variáveis que foram adaptadas para corresponder ao intuito do estudo. Todas as variáveis foram retiradas a partir de escalas construídas e validadas por estudos anteriores, conforme autores descritos no quadro, na intenção de garantir a confiabilidade dos itens.

O questionário desenvolvido, para suportar a presente investigação, encontra-se em anexo (Apêndice A). Pode-se considerar um instrumento adequado, para esse estudo, na medida em que fornece dados passíveis de uma análise, visando ao estabelecimento de relações entre as variáveis em questão.

## 4 RESULTADOS

Nesta seção o estudo traz o resultado da pesquisa de uma amostra constituída por 400 indivíduos. A princípio foi descrito o objetivo do estudo, apresentando aos respondentes da pesquisa que a utilização dos dados obtidos serão usados exclusivamente para fins acadêmicos.

Buscando traçar um perfil dos viajantes que responderam ao questionário, a tabela 1, apresentada na sequência, sintetiza as informações sociodemográficas.

TABELA 1: Perfil sociodemográfico dos respondentes.

Variáveis	n (%)
<b>Sexo</b>	
Feminino	276 (69,0)
Masculino	122 (30,5)
Não binário	2 (0,5)
<b>Região do Brasil em que reside</b>	315 (78,8)
Nordeste	14 (3,5)
Norte	19 (4,7)
Centro-oeste	10 (2,5)
Sudeste	42 (10,5)
Sul	
<b>Idade</b>	
18 a 29 anos	98 (24,5)
30 a 39 anos	94 (23,5)
40 a 49 anos	76 (19,0)
50 a 59 anos	80 (20,0)
Acima de 60 anos	52 (13,0)
<b>Grau de escolaridade</b>	
Ensino fundamental incompleto	2 (0,5)
Ensino fundamental completo	8 (2,0)
Ensino médio incompleto	7 (1,8)
Ensino médio completo	58 (14,5)
Graduação incompleta	80 (20,0)
Graduação completa	94 (23,5)
Pós-graduação incompleta	20 (5,0)
Pós-graduação completa	131 (32,8)

<b>Estado civil</b>	
Solteiro	171 (42,8)
Casado (a)	192 (48,0)
Divorciado (a)	24 (6,0)
Separado (a)	4 (1,0)
Viúvo (a)	9 (2,2)

**Renda mensal (familiar)**

Até R\$ 1.045,00	45 (11,3)
De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00	49 (12,2)
De R\$ 2.090,00 a R\$ 3.135,00	59 (14,7)
De R\$ 3.135,00 a R\$ 5.225,00	89 (22,2)
De R\$ 5.225,00 a R\$ 10.450,00	95 (23,8)
Acima de R\$ 10.450,00	63 (15,7)

**Você já foi contaminado com COVID-19?**

Sim	131 (32,8)
Não	212 (53,0)
Não tenho certeza	57 (14,2)

**Você fez alguma viagem a lazer durante a pandemia de COVID-19?**

Sim	188 (53,0)
Não	212 (47)

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Inicialmente inquiriu-se sobre o gênero, a participação feminina na pesquisa é de 69,0% (n=276); enquanto a masculina representa 30,5% (n=122) dos respondentes; 0,5% (n=2) dos participantes assinalaram a opção não binário e as outras opções de gênero não foram representadas por não ter marcação. É perceptível que há uma maior participação das mulheres neste estudo, visto que a porcentagem da população nacional feminina 51,1% seja levemente superior à masculina 48,9% (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 2020), o que é justificado pelo fato da mulher apresentar influência bastante significativa nas decisões de compra de férias da família (OCKE, 2013).

No que se refere ao local de domicílio dos respondentes, de acordo com a tabela 1, houve questionários retornados abrangendo as cinco regiões do país, o que demonstra a capilaridade da coleta de dados, com predominância no Nordeste representando 78,8% (n=315), visto ser o domicílio da pesquisa. Observa-se, no

entanto, que o número de respostas não é proporcional à população total residente em cada unidade da federação. Quanto a faixa etária dos respondentes, observou-se que a maior parte os viajantes pertencem a faixa de idades entre 30 e 60 anos.

Questionou-se o nível de escolaridade dos respondentes, constatou-se que: 18,80% (n=75) não possuíam ingresso no ensino superior; uma parcela significativa dos participantes 43,50% (n=174) cursavam ou haviam concluído o ensino superior; e 37,00% (n=151), afirmou ter alguma relação com a pós-graduação. Observou-se uma alta escolaridade dos respondentes, o que pode estar relacionada ao fato da divulgação do instrumento de coleta de dados ter sido estendida para grupos de redes sociais de estudantes de graduação e pós-graduação, entre outros.

No tangente ao estado civil, os respondentes se declaram 48% (n=192) casados; 42,8% (n=171) solteiros, 6% (n=24) divorciados; 2,2% (n=9) viúvos e 1% (n=4) separados. Ainda na tabela 1, apresenta-se a renda familiar dos respondentes, e observa-se que 60,7% (n= 242) dos respondentes tem faixa salarial entre R\$ 2.090,00 e R\$10.450,00.

No tocante a contaminação por COVID-19, onde obteve-se 53,0% (n= 212) respostas negativas, 32,8% (n=131) respostas positivas e 14,2% (n= 57) não tem certeza da contaminação. Por fim, inquiriu-se sobre viagens a lazer, 53% (n= 212) dos respondentes viajaram durante a pandemia de COVID-19, enquanto 47% (n= 188) não viajaram. Pode-se avaliar que, apesar do risco de contágio, as respostas positivas sugerem uma confirmação com os estudos de Tversky e Kahneman (1981), Kahneman (2011) que afirmam que os viajantes enfrentam indecisões sobre a viagem, visto que muitos haviam planejado, com investimento monetário e também psicológico, o que apresenta um alto envolvimento e sentimentos de aversão à perda, mesmo que a OMS, os veículos midiáticos, os médicos especialistas, entre outras autoridades, solicitassem veementemente que a população aderisse ao isolamento social como meio de evitar a circulação do vírus. Diante disso, percebe-se que mais de metade dos respondentes viajaram, porém apenas 32,8% dos inquiridos afirmaram ter sido contaminados com a COVID-19.

Na sequência, a tabela 2 apresenta os resultados referentes aos itens investigados nessa pesquisa sobre a variável influência nas viagens.

TABELA 2: Influência nas viagens.

Variável	n (%)
<b>Você viajou mesmo diante do quadro de pandemia?</b>	
Sim	224 (56,0)
Não	176 (44,0)
<b>Você tinha alguma viagem programada?</b>	
Sim	176 (44,0)
Não	224 (56,0)
<b>Sua viagem sofreu alteração?</b>	
Sim	155 (38,8)
Não	245 (61,3)
<b>Sua viagem sofreu alguma influência por conta da COVID-19?</b>	
Sim	201 (49,8)
Não	199 (50,2)
<b>Qual foi o nível de influência da COVID-19 em sua viagem?</b>	
Nulo	
Baixo	121 (30,3)
Intermediário	66 (16,5)
Alto	94 (23,5)
Muito alto	58 (14,5)
	61 (15,2)
<b>A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido de até seis meses?</b>	
Discordo totalmente	54 (13,5)
Concordo totalmente	226 (56,5)

**A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido entre seis meses e um ano?**

<b>Discordo totalmente</b>	<b>52 (13,0)</b>
<b>Concordo totalmente</b>	<b>225 (56,3)</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Essa seção inicia-se composta por 56,0% (n=224) dos participantes que viajaram mesmo diante do quadro de pandemia. Além desse questionamento, buscou-se identificar os respondentes que tinham viagem programada, que somou 44,0% (n= 176). Quando questionados acerca das alterações de viagem, 61,3% (n=245) respondentes negaram qualquer modificação.

No tocante as influências da COVID-19 na viagem, 49,8 % (n= 199) dos responderam positivamente, enquanto 50,2 % (n=201) não citam influências. Assim, foi solicitado aos participantes para classificar o nível de influência do novo coronavírus em suas viagens, sendo que 30,3% (n=121) dos respondentes disse ser nulo; 16,5% (n=66) classificam como baixo; 23,5% (n=94) definem a influência como intermediária; 14,5% (n=58) apontam que foi alto e 15,2% (n=61) classificam-na como muito alta. Observa-se que a soma das categorias “nulo” e “baixo” é próximo de 50,0%.

Para projetar uma estimativa temporal, associando a confiança do respondente em voltar a viajar, questionou-se se a pandemia causada pelo novo coronavírus alterou o plano de viagem, 56,5% dos respondentes foram positivos quanto a alterações de viagem nos próximos seis meses e 56,3% dos respondentes afirmaram ter alterado seus planos de viagem por até 12 meses.

Dando continuidade, a tabela 3 apresenta os resultados referentes aos itens inquiridos nesta pesquisa sobre a variável impacto nas viagens.

TABELA 3: Impacto nas viagens.

Variável	n (%)
<b>Sua viagem foi cancelada?</b>	

<b>Não</b>	<b>292 (73,0)</b>
<b>Sim, pedi o cancelamento</b>	<b>71 (17,8)</b>
<b>Sim, a empresa cancelou</b>	<b>37 ( 9,3)</b>

**De que modo a empresa compensou o cancelamento da sua viagem?**

<b>Voucher do mesmo valor ou superior para período superior a 6 meses</b>	<b>49 (12,3)</b>
<b>Reembolso parcial do valor</b>	<b>21 (5,2)</b>
<b>Reembolso total do valor</b>	<b>32 (8,0)</b>
<b>Minha viagem não foi cancelada</b>	<b>298 (74,5)</b>

**Você teve possíveis prejuízos financeiros?**

<b>Sim</b>	<b>68 (17,0)</b>
<b>Não</b>	<b>286 (71,5)</b>
<b>Não sei afirmar com precisão</b>	<b>24 (6,0)</b>
<b>Só posso avaliar futuramente</b>	<b>22 (5,5)</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Quanto aos impactos causados pela pandemia de COVID-19, foi questionado aos respondentes sobre o cancelamento de viagens, 73% (n= 292) não foram canceladas e 27% (n= 108) foram canceladas, sendo 17,8% (n= 71) pediram o cancelamento e 9,2% (n= 37) foi cancelado pela empresa aérea. Das viagens canceladas, 45% (n= 49) receberam voucher do mesmo valor ou superior para período superior a 6 meses; reembolso parcial do valor 25,3% (n= 21); reembolso total do valor 29,7% (n= 32).

Completando o rol de questões desta seção, perguntou-se aos respondentes sobre os prejuízos, os casos afirmativos somaram 17% (n= 68); os que não tiveram prejuízos somaram 71,5 % (n= 286); os que não sabem afirmar com precisão somaram 6% (n= 24) e os que só podem avaliar futuramente somam 5,5% (n= 22).

Dando seguimento, a tabela 4 apresenta os resultados referentes aos itens investigados na pesquisa sobre a variável intenção de viajar.

TABELA 4: Intenção de Viajar.

Variável	n(%)
<b>Existe probabilidade de eu viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses?</b>	
Discordo totalmente	51 (12,8)
Concordo totalmente	210 (52,5)
<b>Tenho intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo</b>	
Discordo totalmente	52 (13,0)
Concordo totalmente	232 (58,0)
<b>Eu escolheria algum destino turístico nacional para visitar nos próximos feriados ou tempo livre?</b>	
Discordo totalmente	67 (16,8)
Concordo totalmente	220 (55,0)

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No que se refere às intenções futuras de viagens, quando questionados sobre a probabilidade de viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses, 52,5% (n= 210) concordam totalmente, enquanto 12,8% (n=51) discordam totalmente. Em sentido convergente, a cerca de visitar algum destino turístico nacional nos próximos feriados ou tempo livre 55% (n= 220) dos respondentes concordaram totalmente e 16,8% (n= 67) discordam totalmente.

Outro dado relevante é que nas respostas sobre a intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo 58,0% (n= 232) dos respondentes concordam totalmente e 13,0% (n= 52) discordam totalmente.

## 5 DISCUSSÃO

Segundo Menezes (2021) a pandemia de COVID-19 trouxe incertezas à população do mundo e também do Brasil, o isolamento e o distanciamento social estabeleceram um novo modo de vida, fazendo com que os consumidores mudassem seu comportamento. Esta mudança está diretamente associada ao modo de viajar dos brasileiros, visto que as viagens são um componente significativo de hábitos de lazer (SOUZA, 2010).

No presente estudo foi possível identificar que a pandemia de COVID-19 causou influência nas viagens dos brasileiros. Essas influências se deram de diversas formas. De acordo com Tsionas (2020); Segal e Gerstel (2020), a pandemia de COVID-19 prejudicou intensamente as indústrias hoteleiras, as companhias aéreas, restaurantes e eventos.

O turismo doméstico provavelmente irá recuperar seu funcionamento normal em 12 meses, mas o turismo internacional precisará de, pelo menos, 24 meses para voltar ao nível de 2019 (BARBOSA, 2020). A partir dessas informações, pode-se inferir que as influências da COVID-19 nas viagens, aparentemente ainda serão sentidas em um considerável período de tempo. Por outro viés, Hajibaba, et al. (2015) mencionam que os turistas têm certa resistência em mudar seu comportamento de consumo, mantendo o hábito de viajar mesmo em períodos de crise.

De acordo com Mayer e Coelho (2020), o turismo foi austeramente impactado pela pandemia devido a sua parcela de responsabilidade na disseminação da COVID-19. O efeito da COVID-19 é devastador e imediato sobre o turismo global (Organisation for Economic Co-operation and Development OECD, 2020).

Corroborando com o texto acima, o autor Barbosa (2020) aponta os impactos da COVID-19 nas viagens:

“Interrupções de viagens internacionais, recomendações de governos locais de isolamento social e fechamento de empresas tornaram o mercado de viagens e sua produção praticamente inoperantes, com cancelamentos e remarcações de pacotes e passagens vendidas” (BARBOSA, 2020, p.04).

A investigação realizada mostra que o impacto da COVID-19 nas viagens pelo

Brasil foi atenuado. Convergindo com esse fato, foi aplicada a norma de devolução de valores ou voucher. A norma que trata do cancelamento e do adiamento dos serviços de turismo e lazer, como hotéis, cruzeiros e pacotes de viagem, é a Lei 14.046/2020, porém novos prazos previstos nessa lei foram determinados pela Medida Provisória (MP) 1.036/2021, recém-baixada pelo governo. Esta medida provisória já está valendo, porém ainda precisa da aprovação do Congresso Nacional para fazer parte da Lei 14.046 de forma definitiva.

De acordo com o estudo em análise, os achados sugerem que a pandemia teve influência na intenção de viagem dos brasileiros, portanto, a hipótese 1 foi confirmada, visto que (49,8%) dos consumidores dos brasileiros afirmaram ter sofrido intervenção negativa da pandemia de COVID-19 em suas viagens, apesar de não ser um número tão expressivo. Já a hipótese 2 foi refutada, uma vez que (50,2%) dos consumidores brasileiros sofreram influência da pandemia em suas viagens pelo Brasil, mesmo que de forma mediana, não desistindo de viajar. Corroborando assim com o exposto por Pereira et al. (2020), quando diz que a doença não foi um fator predominante na intenção do comportamento dos viajantes, o desejo de realizar viagens não foi diminuído pela percepção da pandemia em virtude do procedimento adaptativo (uso de máscaras, lavagem das mãos, utilização de álcool e informações de atitudes protetivas) restringindo o temor dos viajantes a um nível conveniente.

Finalizando, uma afirmação de Theobald (2002) a cerca do impacto do turismo.

“Ao longo de toda história registrada, de certa forma o Turismo teve um impacto sobre tudo e todos os que estiveram em contato com ele. Num plano ideal, esses impactos deveriam ter sido positivos, no tocante aos benefícios obtidos tanto pelas áreas de destino quanto por seus residentes. Esses impactos positivos significariam para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais. Teoricamente, os benefícios do Turismo deveriam produzir ganhos muito superiores aos seus custos” (THEOBALD, 2002, p.81).

Dessa forma segue representada no quadro 2.

QUADRO 2: Hipóteses

Hipóteses	Resultados
H1 A pandemia de COVID-19 influenciou negativamente na intenção de viajar pelo Brasil por parte dos consumidores	Confirmada
H2 A pandemia de COVID-19 não influenciou na intenção de viajar pelo Brasil por parte dos consumidores	Refutada

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é uma atividade de suma importância para a sociedade, não apenas por consolidar os negócios e a balança comercial dos países, mas por ter se tornado uma das principais atividades de lazer da sociedade moderna, promovendo a valorização cultural e ambiental. É um escape da rotina diária, a base para a edificação de novos valores políticos e sociais (CLEMENTE *et al.*, 2020).

A Pandemia de COVID-19 está sendo de grandes proporções, tendo reflexos multisetoriais, e o turismo, por ser um potente veículo disseminador de doenças através das viagens, foi o primeiro a ser impactado com o fechamento de fronteiras, diminuição de voos nacionais e internacionais, cancelamento de viagens e eventos, entre outros.

A proposição de investigar as influências da pandemia de COVID-19 na intenção de viagens pelo Brasil, que foi o objetivo geral deste estudo, foi alcançada na medida em que foram demonstradas que pouco mais de metade dos respondentes (50,2%) não sofreu influência em sua viagem durante a pandemia. Porém, pouco menos da metade dos respondentes (49,8%) afirmam ter tido influências.

No tocante aos objetivos específicos, foram identificados poucos impactos da pandemia nas viagens realizadas ou programadas, possibilitando que os respondentes pudessem viajar, ou que os valores gastos fossem compensados através de vouchers, sem que houvesse grandes prejuízos econômicos. Por outro lado, os planos de viagens futuras foram alterados em razão do risco percebido pelos turistas, devido à pandemia.

Finalizando, o objetivo de identificar as perspectivas dos respondentes em relação a intenção de viajar no período de pandemia foi alcançado, visto que foi constatado que há a intenção dos respondentes em viajar pelo Brasil em feriado, tempo livre, nos próximos 12 meses ou em um futuro próximo. Em muitas regiões as viagens domésticas e regionais estão trazendo de volta a mobilidade do turismo. Os turistas estão aderindo aos novos hábitos de viagem, buscando por experiências em lugares mais próximos, em seu entorno, onde se sentem mais seguros (CORBARI e GRIMM, 2020).

Assim, sugere-se a continuidade das pesquisas científicas, a fim de enriquecer os conhecimentos no que se refere a pandemia de COVID-19 e suas influências nas viagens e no setor turístico durante e após a pandemia, no momento de retomada total das atividades turísticas.

## REFERÊNCIAS

AGÜERA, Francisco Orgaz; LÓPEZ-GUZMÁN, Tomás. Análise do turismo na República Dominicana: uma análise SWOT. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, v. 9, n. 1 p. 1-27, 2015.

AGUIAR, Marina R.; DIAS, Reinaldo. Fundamentos do Turismo: conceitos, normas e definições. **Campinas, SP: Alínea**, 2002.

ALBAYRAK, Tahir; CABER, Meltem. A motivation-based segmentation of holiday tourists participating in white-water rafting. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 9, p. 64-71, 2018.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 2000.

BAILER, Cyntia; TOMITCH, Lêda Maria Braga; D'ELY, Raquel Carolina Souza Ferraz. Planejamento como processo dinâmico: a importância do estudo piloto para uma pesquisa experimental em linguística aplicada. **Revista Intercâmbio**, v. XXIV: 129-146, 2011. São Paulo: LAEL/PUCSP.

BARBOSA, Luiz Gustavo M. et al. **Impacto econômico do COVID-19** [recurso eletrônico] : propostas para o turismo brasileiro / Coordenador Luiz Gustavo M. Barbosa; equipe técnica André Meyer Coelho, Felipe do Amaral Thompson Motta, Ique Lavatori B. Guimarães. - 1. ed. - Rio de Janeiro : FGV Projetos, 2020.

BARBOSA, Luiz Gustavo M. et al. **Impacto econômico do COVID-19** [recurso eletrônico] : propostas para o turismo. 2. ed. - Rio de Janeiro : FGV Projetos, 2020. ISBN: 978-65-86289-03-9.

BARBOSA, Ycarim M. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BATESON, John E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. **Marketing de Serviços**. Tradução Lúcia Simonini. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BAUER, Raymond A. Consumer behavior as risk taking. Chicago, IL, 384-398, 1960.

BAUMERT, Thomas. Terrorismo y turismo: una revisión de la literatura acerca de la repercusión de los atentados sobre el sector turístico. **Información Comercial Española, ICE: Revista de economía**, n. 893, p. 51-70, 2016.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 10. ed. Atual. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph. 2006.

BENI, Mário Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão. Desenvolvimento regional, rede de produção e cluster**. Barueri: Manole, 2012.

BINTER, Urška.; FERJAN, Marko; NEVES, João Vasco. Marketing Mix and Tourism Destination Image: The Study of Destination Bled, Slovenia. **Organizacija**, v.49, n. 4, p. 209-223, 2016.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUCS, 2002.

BOURLON, Fabien; MAO, Pascal; OSORIO, Maurício. El turismo científico en Aysén: un modelo de valorización territorial basado en el patrimonio y actores locales. **Sociedad Hoy**, n. 20, p. 55-76, 2011.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Brasil em síntese: dados demográficos**. Censo 2012. Disponível em: <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/territorio/dados-geograficos.html>. Acesso em: 10 abr. 2021.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Projeções da população por sexo e idades**. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9109-projecao-da-populacao.html?=&t=resultados..> Acesso em: 20 jun. 2021.

BUHALIS, Dimitrios. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Tribune**, v. 4, p.69-73, 2000.

CANHOTA, Carlos. Qual a importância do estudo piloto? In: \_\_\_\_\_ SILVA, E. E. (Org.). *Investigação passo a passo: perguntas e respostas para investigação clínica*. Lisboa: APMCG, 2008. p. 69-72.

CASTRO, Nair Aparecida Ribeiro de. **O lugar do turismo na ciência geográfica: contribuições teórico-metodológicas à ação educativa**. 2006. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CHINAZZI, Matteo et al. The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. **Science**, v. 368, p. 395-400, 2020.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

CLEMENTE, Ana Cristina Fernandes et al. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar Em Turismo e Território**, v. 8, n. 14, p. 73-85, 2020.

COOPER, Chris *et al.* **Turismo: princípios e prática**. 2 ed. São Paulo: Bookman, 2001.

COOPER, Chris *et al.* **Turismo: princípios e prática**. 3 ed. São Paulo: Bookman, 2007.

CORBARI, Sandra Dalila; GRIMM, Isabel Jurema. A pandemia de COVID-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba (PR): uma análise preliminar. **Ateliê do**

**turismo**, v.4, n. 2, p. 1-26, 2020.

COSTA, Cristiane Salomé Ribeiro; LUCIAN, Rafael. A Logística Reversa e sua Influência no Risco Percebido em um Ambiente de Compra Online. **Revista de Administração da Unimep**, v. 6, n. 2, p. 103-121, 2008.

CRAWFORD, Duane W.; GODBEY, Geoffrey. Reconceptualizing barriers to family leisure. **Leisure sciences**, v. 9, n. 2, p. 119-127, 1987.

CRUZ, Rita de Cássia. **Políticas públicas de turismo no Brasil**: significado, importância, interfaces com outras políticas setoriais. **Políticas públicas e o lugar do turismo. Brasília: UnB**, 2002.

DA SILVA FLORES, Luiz Carlos; DA COSTA MENDES, Júlio. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 2, p. 222-237, 2014.

DA SILVA MARANHÃO, Christiano Henrique. A trajetória histórica da institucionalização do turismo no Brasil. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 5, n. 2, 2017.

DA SILVA, Maria Valnice; QUEIROZ, Lavínia Maria Silva; SANTOS, Jean Mac Cole Tavares. **Considerações sobre a globalização e o turismo em Canoa quebrada e estevão**.

DA SILVA, Nivaldo Pereira; DA SILVA, Mayara Cristina Ghedini. A importância do planejamento para o desenvolvimento do turismo sustentável no Parque Estadual do Guartelá-Paraná. **Turismo-Visão e Ação**, v. 16, n. 1, p. 167-184, 2014.

DE AZEVEDO IRVING, Marta et al. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 4, p. 1-7, 2005.

DE FREITAS COELHO, Mariana; MAYER, Verônica Feder. Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens?. **Gestão e Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3698-3706, 2020.

DE OLIVEIRA MENEZES, Suzy Kamylla. Lazer e saúde mental em tempos de COVID-19. **LICERE-Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, v. 24, n. 1, p. 408-446, 2021.

DE SOUZA, Tatiana Roberta. Lazer e turismo: reflexões sobre suas interfaces. **VI SEMINTUR. Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Saberes e Fazeres no turismo: Interfaces. Caxias do Sul**, v. 102, 2010.

DE VASCONCELOS, Kelly Rejanny B.; DE LIMA, Narúbia A.; COSTA, Kemle Semerene. O envelhecimento ativo na visão de participantes de um grupo de terceira idade. **Revista Fragmentos de Cultura-Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas**, v. 17, n. 2, p. 439-453, 2007.

DUDDU, P. Coronavirus outbreak: safety measures at major international airports.

2020.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R.B.; MCINTOSH, Roberto W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, C. Michael. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, p. 1-20, 2020.

GUIZI, Alan Aparecido. Desenvolvimento do Turismo e Efeitos sobre o Ambiente Econômico Urbano: Análise de Estudos Indexados na Base Scopus/Tourism Development and its Effects on the Urban Economic Environment: Indexed Studies Analysis in Scopus Database. **ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 4, 2019.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 22, p. 201-209, 2006.

HADDAD, Eduardo Amaral; PORSEE, Alexandre Alves; RABAHY, Wilson. Domestic tourism and regional inequality in Brazil. **Tourism Economics**, v.19, p. 173-186, 2013.

HAJIBABA, Homa et al. Crisis-resistant tourists. **Annals of Tourism Research**, v. 53, p. 46-60, 2015.

HAKALA, Ulla; LEMMETYINEN, Arja. Co-creating a nation brand “bottom-up”. **Tourism Review**, 2011.

HALL, C. Michael; SCOTT, Daniel; GÖSSLING, Stefan. Pandemics , transformations and tourism : be careful what you wish for. **Tourism Geographies**, v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020.

HELD, David; MCGREW, Anthony G. **The Great Globalization Debate: an introduction**. 2ª ed. Cambridge: Polity Press, 2003.

KAH, Junghye A.; LEE, Choong-Ki; LEE, Seong-Hoon. Spatial–temporal distances in travel intention–behavior. **Annals of Tourism Research**, v. 57, p. 160-175, 2016.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

KARIM, Wasiul et al. The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 Crisis and its Impact on Tourism and Hospitality Sector in Malaysia. **International Tourism and Hospitality Journal**, v. 3, n. 2, p.1–7, 2020.

KHAN, Mohammad Jamal et al. Perceived risks, travel constraints and visit intention of young women travelers: the moderating role of travel motivation. **Tourism Review**, 2019.

LAU, Joseph T. F. et al. Acceptability of A/H1N1 vaccination during pandemic phase of influenza A/H1N1 in Hong Kong: population based cross sectional survey. **Bmj**, v. 339, 2009.

LEE, Choong-Ki et al. The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism management*, v. 33, n. 1, p. 89-99, 2012.

LEIPER, Neil. Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. **Annals of Tourism Research**, v. 6, n. 4, p. 390-407, 1979.

LOHMANN, Guilherme. A inovação do turismo no Brasil: os desafios na construção de sua trajetória. **Observatório de inovação do turismo - Revista Acadêmica**, v. 7, n. 2, 2012.

LOHMANN, Guilherme. Globalização e os Impactos dos Ataques Terroristas de 11 de Setembro de 2001: Implicações para o Sistema de Turismo. **Boletim de Estudos em Hotelaria e Turismo**, v. 2, n. 1, p.11-20, 2004.

LÓPEZ, María de la Fe; ANATO, Mercedes; RIVAS, Bertha. Impacto de los acontecimientos mundiales en el turismo. Casos de estudio. **Economía**, n.19/20, p.135-165, 2006.

LUCKESI, Carlos et al. Fazer universidade: uma proposta metodológica. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1986.

LUMSDON, Les. Transport and tourism: cycle tourism—a model for sustainable development?. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 8, n. 5, p. 361-377, 2000.

MACKEY, Alison; GASS, Susan. Common data collection measures. **Second Language Research: methodology and design**. Mahwah: Lawrence Erlbaum, p.43-99, 2005.

MADEIRA, Nuno. Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos. *Marketing*, v. 1009, p.55, 2010.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. **Departamento de Ciência de Computação e Estatística—IBILCE—UNESP**, p. 1-17, 2012.

MARQUES, Rafaela Queiroz; DE SOUZA, Anderson Gomes; KOVAC, Michelle Helena. Risco percebido e estratégias de redução de risco no turismo de Aventura: uma análise sobre o segmento de mergulho. **Turismo-Visão e Ação**, v. 13, n. 1, p. 115-130, 2011.

MARUJO, Noémi. A pesquisa em Turismo: Reflexões sobre as Abordagens Qualitativa e Quantitativa. **Turydes Revista de investigación en turismo y desarrollo local**, v. 6, n.14, p. 1-16, 2013.

MATOS, Vanina; BARCELLOS, Christovam; CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Vulnerabilidade e problemas de saúde em viagem: a visão do turista na cidade do Rio de Janeiro. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 18, p. 85-97, 2013.

MAYER, Verônica Feder; COELHO, Mariana de Freitas. Sonhos interrompidos: memórias e emoções de experiências de viagem durante a propagação da COVID-19. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.15, n.1, p. 1-20, 2021.

MOWEN, John C.; MINOR, Michael S. **Comportamento do consumidor**. Tradução Vera Jordan. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

NEVES, Christopher Smith Bignardi et al. Os impactos da COVID-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na eclosão e na expansão da pandemia no Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, v. 23, n. 1, p. 2-25, 2021.

NOBRE, Fábio. A Amostragem na Pesquisa de Natureza Científica em um Campo Multiparadigmático: Peculiaridades do Método Qualitativo. **Revista Espacios**, v. 38 n. 22, 2017.

NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça et al. Turismo e Políticas Públicas na Amazônia Brasileira: instâncias de governança e desenvolvimento nos municípios de Santarém e Belterra, Oeste do Estado do Pará. 2012.

OCKE, Marco Antônio. O Processo de Decisão de Compra de Férias da Família. **Revista Turismo Em Análise**, São Paulo, v.24, n. 3, p. 503-520, 2013.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. **COVID-19: Tourism Policy Responses (2020)**. Disponível em: < [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124\\_124984-7uf8nm95se&Title=COVID-19:%20Tourism%20Policy%20Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&Title=COVID-19:%20Tourism%20Policy%20Responses)>. Acesso em 23 jul. 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. World Health Organization. Director-General's statement on IHR Emergency Committee on Novel Coronavirus (2019-nCoV), Genebra, 2020.

PEREIRA, Tércio et al. Percepções dos riscos de viagens aéreas durante a pandemia da COVID-19 no estado de Santa Catarina – Brasil. **TURYDES: Turismo y Desarrollo**, v. 13, n. 29, p. 40-63, dez. 2020.

PERUGINI, Marco; BAGOZZI, Richard P. The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. **British journal of social psychology**, v. 40, n. 1, p. 79-98, 2001.

QUINTEIRO, Silva; BALEIRO, Rita. **Estudo em literatura e turismo: conceitos fundamentais**. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 2017.

RABAHY, Wilson Abrahão. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 1-13, 2019.

RAIBHANDARI, Bibek et al. Air Medical Evacuation of Nepalese Citizen During Epidemic of COVID-19 from Wuhan to Nepal. **JNMA:Journal of Nepal Medical Association**, v. 58, n. 222, p. 125, 2020.

REIS, Jarlene Rodrigues. Percepção e estratégias redutoras de risco percebido: um estudo da experiência do turista deficiente físico. 2011.

REZENDE, Joffre Marcondes. **À sombra do plátano**: crônicas de história da medicina. São Paulo: Editora Unifesp. As grandes epidemias da história. pp. 73-82. Disponível em: <<http://books.scielo.org/>>. Acesso em: 15 mai. 2021.

RINDFLEISCH, Aric; CROCKETT, David X. Cigarette smoking and perceived risk: a multidimensional investigation. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 18, n. 2, p. 159- 171, 1999.

RODRIGUES, Fred Oliveira; DAS ALMAS, Rondinaldo Silva. Turismo e desenvolvimento endógeno: uma análise multivariada da oferta turística do município de Bom Jesus da Lapa–Bahia.

ROEHL, Wesley S.; FESENMAIER, Daniel R. Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. **Journal of Travel research**, v. 30, n. 4, p. 17-26, 1992.

SALCEDO, Andrea; YAR, Sanam; CHERELUS, Gina. Coronavirus travel restrictions, across the globe. **The New York Times**, v. 1, 2020.

SANCHO, Amparo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. Tradução Vicente Abrósio. 6. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1997.

SEGAL, Stephanie.;GERSTEL, Dylan. The Global Economic Impacts of COVID-19, **Plataforma Global de Análise de Tendências de Desenvolvimento de C&T de Recursos e Meio Ambiente**, 2020.

SHI, Qiuji; LIU, Tao. Should internal migrants be held accountable for spreading COVID-19 ? **Economy and Space**, v. 52, edição 4, p.695-697, 2020.

SILVA, Luis. Henrique; OLIVEIRA, Anna Augusta Sampaio. Contribuições do projeto piloto à coleta de dados em pesquisas na área de educação. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**. v. 10, n.1, p. 225-245, 2015.

SMALLMAN, Clive; MOORE, Kevin. Process studies of tourists' decision-making. **Annals of tourism research**, v. 37, n. 2, p. 397-422, 2010.

SMITH, Matthew; AMORIM, Ericka; SOARES, Cláudia. O turismo acessível como

vantagem competitiva: implicações na imagem do destino turístico. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 11, n. 3, p. 97-103, 2013.

SÖNMEZ, Sevil F.; GRAEFE, Alan R. Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. **Annals of tourism research**, v. 25, n.1, p.112–144, 1998.

SOUZA, Mariana Cristina da Cunha. O Estado e o turismo no Brasil: análise das políticas públicas no contexto da pandemia da COVID-19. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2021.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TADINI, Rodrigo Fonseca; MELQUIADES, Tania. **Fundamentos do Turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

TASSIELLO, Vito; TILLOTSON, Jak S. How subjective knowledge influences intention to travel. **Annals of Tourism Research**, v. 80, p. 102851, 2020.

TSIONAS, Mike G. COVID-19 and gradual adjustment in the tourism, hospitality, and related industries. **Tourism Economics**, v. 1, p. 1-5, 2020.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**, v. 211, p.453-458, 1981.

VALLS, Josep-Francesc. Destino turístico. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Tradução Cristiano Vasques e Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 15- 58, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa. **São Paulo: Atlas**, 2006.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 2020. Disponível em: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-COVID-19---11-march-20>. Acesso em: 24 ago. 2021.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC), 2019, p. 1. Disponível em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019>. Acesso em: 17 fev. 2021.

ZHANG, Hongmei; WU, Yan; BUHALIS, Dimitrios. A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 8, p. 326-336, 2018.

## APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados

O impacto da COVID-19 nas viagens dos brasileiros.

### **Seção 1** - Apresentação

Olá! Bem Vindo(a). Esta pesquisa faz parte de um trabalho de Graduação em Turismo com ênfase em Gastronomia do Centro Universitário Facol - UNIFACOL/PE. Gostaríamos de contar com sua participação neste processo, respondendo ao questionário. Lembramos que os dados coletados terão caráter estritamente acadêmico e não é necessário se identificar. Você só precisa ter 18 anos ou mais e ser residente brasileiro(a) para participar. A sua colaboração será importante para o conhecimento científico.

Ficaremos muito gratas por sua colaboração!

O Turismo no Brasil e no mundo sempre esteve vulnerável a diversas crises ocasionadas por conflitos, guerras, terrorismo, desastres ambientais gerados por mudanças climáticas, desestabilização econômica, epidemias e pandemias. Porém nenhuma delas teve a magnitude que a COVID-19 está alcançando. Deste modo, fazer uma viagem durante a pandemia não é muito recomendado. Mas, caso ocorra uma viagem em família, lazer ou negócios, você deve ter consciência sobre o risco que pode haver durante a viagem. Dessa forma, ajude-nos a responder esse questionário.



**Seção 2** - Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

Antes de iniciar, gostaríamos de saber sobre você.

1. Qual seu gênero?
    - Homem
    - Mulher
    - Não Binário
    - Outras opções de gênero
  2. Qual é a região do Brasil que você reside?
    - Nordeste
    - Norte
    - Centro-oeste
    - Sudeste
    - Sul
  3. Qual a sua idade?
- 
4. Seu grau de escolaridade
    - Sem instrução
    - Ensino fundamental incompleto
    - Ensino fundamental completo
    - Ensino médio incompleto
    - Ensino médio completo
    - Graduação incompleta
    - Graduação completa
    - Pós-graduação incompleta
    - Pós-graduação completa
  5. Estado civil
    - Solteiro (a)
    - Casado (a)
    - Divorciado (a)
    - Separado (a)
    - Viúvo (a)
  6. Qual sua renda mensal (familiar)? \*

Até R\$ 1.045,00

De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00

De R\$ 2.090,00 a R\$ 3.135,00

De R\$ 3.135,00 a R\$ 5.225,00

De R\$ 5.225,00 a R\$ 10.450,00

7. Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo você?

Moro Sozinho

Eu e mais uma pessoa

Eu e mais duas pessoas

Eu e mais três pessoas

Eu e mais quatro pessoas

Eu e mais cinco pessoas

Eu e mais seis pessoas

8. Você foi contaminado pela COVID-19 ?

Sim

Não

Não tenho certeza

9. Você fez alguma viagem a lazer durante a pandemia de COVID-19?

Sim

Não

**Seção 3** - Nesta seção, caso houve viagem, gostaríamos de saber em relação a viagem durante o período de pandemia de COVID-19. Responda sim ou não nas questões. Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

10. Você viajou mesmo diante do quadro de pandemia ?

Sim

Não

11. Você tinha alguma viagem programada?

Sim

Não

12. Sua viagem sofreu alteração?

Sim

- Não
13. Sua viagem sofreu alguma influência por conta da COVID-19?
- Sim
- Não
14. Qual foi o nível de influência da COVID-19 em sua viagem?
- Nulo
- Baixo
- Intermediário
- Alto
- Muito alto
15. Sua viagem foi cancelada?
- Não
- Sim, pedi o cancelamento
- Sim, a empresa cancelou
16. De que modo a empresa compensou o cancelamento da sua viagem?
- Voucher do mesmo valor ou superior para período superior a 6 meses
- Reembolso parcial do valor
- Reembolso total do valor
- Minha viagem não foi cancelada
17. Você teve possíveis prejuízos financeiros?
- Sim
- Não
- Não sei afirmar com precisão
- Só posso avaliar futuramente

**Seção 4** - Agora gostaríamos de saber sobre as influências da COVID-19 nas viagens de turismo. Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

18. A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido de até 6 meses?
- Sim
- Não

19. A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido entre 6 meses e um ano?

Sim

Não

**Seção 5** - Classifique seu grau de concordância com as afirmações abaixo em relação a intenção de viagens pelo Brasil durante a pandemia de COVID-19. Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

20. Existe a probabilidade de eu viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses?

Sim

Não

21. Tenho intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo

Sim

Não

22. Escolheria algum destino turístico nacional para visitar nos próximos feriados ou tempo livre?

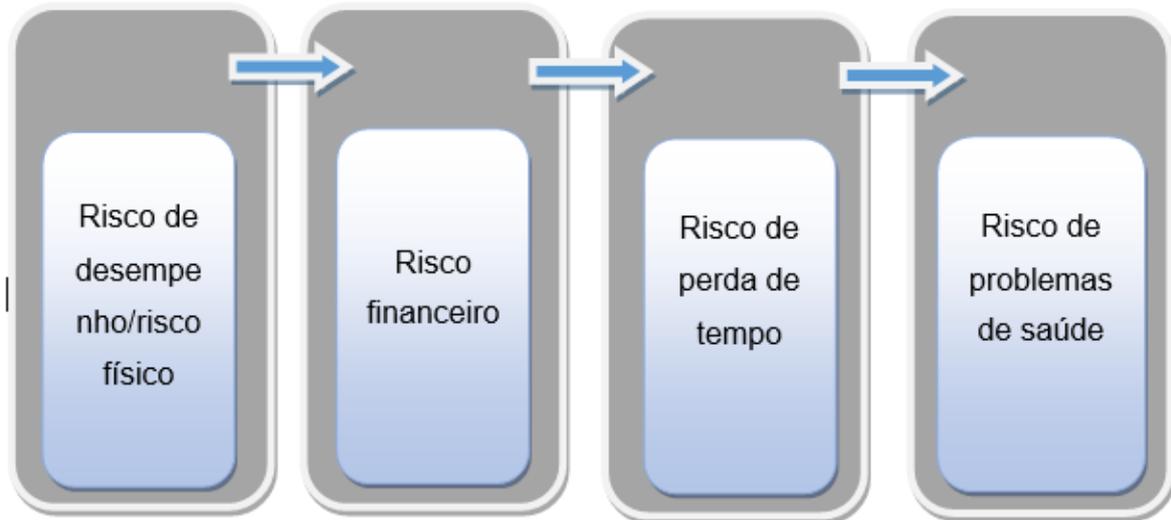
Sim

Não

**Seção 6** - Chegamos ao fim! Muito obrigado por participar desta pesquisa! **\*\*ATENÇÃO\*\*** - Não esqueça de clicar em "ENVIAR" para validar suas respostas.

## APÊNDICE B – Tipos de riscos relevantes para o estudo

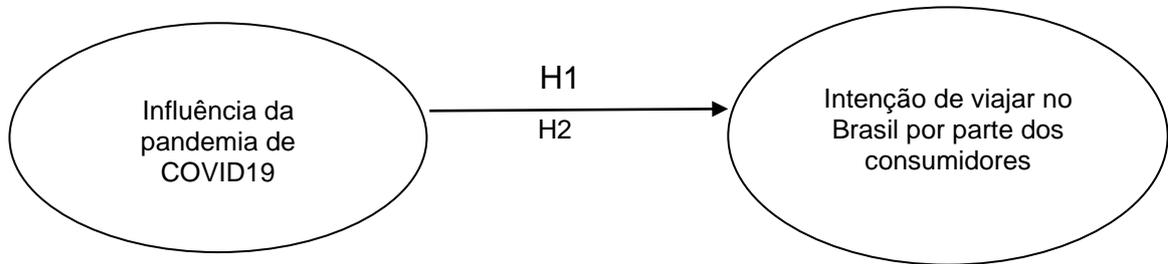
FIGURA 1: Tipos de risco relevantes para o estudo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

**APÊNDICE C – Modelo teórico**

FIGURA 2: Modelo Teórico



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## APÊNDICE D – Composição do instrumento de coleta

QUADRO 1: Composição do instrumento de coleta

CONSTRUTO	AUTORIA DA ESCALA	ITENS
Influência nas viagens	Neves et. al., (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Você viajou mesmo diante do quadro de pandemia?</li> <li>- Você tinha alguma viagem programada?</li> <li>- Sua viagem sofreu alteração?</li> <li>- Sua viagem sofreu alguma influência por conta da COVID-19?</li> <li>- Qual foi o nível de influência da COVID-19 em sua viagem?</li> <li>- A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido de até 6 meses?</li> <li>- A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido entre 6 meses e um ano?</li> </ul>
Impacto nas viagens	Neves et. al., (2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sua viagem foi cancelada?</li> <li>- De que modo a empresa compensou o cancelamento da sua viagem?</li> <li>- Você teve possíveis prejuízos financeiros?</li> </ul>
Intenção de viajar	Hakala, U., e Lemmetyinen, A. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe a probabilidade de eu viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses?</li> <li>- Tenho intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo.</li> <li>- Escolheria algum destino turístico nacional para visitar nos próximos feriados ou tempo livre?</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## APÊNDICE E – Perfil sociodemográfico dos respondentes

TABELA 1: Perfil sociodemográfico dos respondentes.

Variáveis	n (%)
<b>Sexo</b>	
Feminino	276 (69,0)
Masculino	122 (30,5)
Não binário	2 (0,5)
<b>Região do Brasil em que reside</b>	315 (78,8)
Nordeste	14 (3,5)
Norte	19 (4,7)
Centro-oeste	10 (2,5)
Sudeste	42 (10,5)
Sul	
<b>Idade</b>	
18 a 29 anos	
30 a 39 anos	98 (24,5)
40 a 49 anos	94 (23,5)
50 a 59 anos	76 (19,0)
Acima de 60 anos	80 (20,0)
	52 (13,0)
<b>Grau de escolaridade</b>	
Ensino fundamental incompleto	2 (0,5)
Ensino fundamental completo	8 (2,0)
Ensino médio incompleto	7 (1,8)
Ensino médio completo	58 (14,5)
Graduação incompleta	80 (20,0)
Graduação completa	94 (23,5)
Pós-graduação incompleta	20 (5,0)
Pós-graduação completa	131 (32,8)
<b>Estado civil</b>	
Solteiro	171 (42,8)
Casado (a)	192 (48,0)
Divorciado (a)	24 (6,0)
Separado (a)	4 (1,0)
Viúvo (a)	9 (2,2)

**Renda mensal (familiar)**

<b>Até R\$ 1.045,00</b>	
<b>De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00</b>	<b>45 (11,3)</b>
<b>De R\$ 2.090,00 a R\$ 3.135,00</b>	<b>49 (12,2)</b>
<b>De R\$ 3.135,00 a R\$ 5.225,00</b>	<b>59 (14,7)</b>
<b>De R\$ 5.225,00 a R\$ 10.450,00</b>	<b>89 (22,2)</b>
<b>Acima de R\$ 10.450,00</b>	<b>95 (23,8)</b>
	<b>63 (15,7)</b>

**Você já foi contaminado com COVID-19?**

<b>Sim</b>	
<b>Não</b>	<b>131 (32,8)</b>
<b>Não tenho certeza</b>	<b>212 (53,0)</b>
	<b>57 (14,2)</b>

**Você fez alguma viagem a lazer durante a pandemia de COVID-19?**

<b>Sim</b>	<b>188 (53,0)</b>
<b>Não</b>	<b>212 (47)</b>

---

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## APÊNDICE F – Influência nas viagens

TABELA 2: Influência nas viagens.

Variável	n (%)
<b>Você viajou mesmo diante do quadro de pandemia?</b>	
Sim	224 (56,0)
Não	176 (44,0)
<b>Você tinha alguma viagem programada?</b>	
Sim	176 (44,0)
Não	224 (56,0)
<b>Sua viagem sofreu alteração?</b>	
Sim	155 (38,8)
Não	245 (61,3)
<b>Sua viagem sofreu alguma influência por conta da COVID-19?</b>	
Sim	201 (49,8)
Não	199 (50,2)
<b>Qual foi o nível de influência da COVID-19 em sua viagem?</b>	
Nulo	121 (30,3)
Baixo	66 (16,5)
Intermediário	94 (23,5)
Alto	58 (14,5)
Muito alto	61 (15,2)
<b>A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido de até seis meses?</b>	
Discordo totalmente	54 (13,5)
Concordo totalmente	226 (56,5)

**A pandemia causada pelo novo coronavírus alterou seu plano de viagens futuras por um período compreendido entre seis meses e um ano?**

<b>Discordo totalmente</b>	<b>52 (13,0)</b>
<b>Concordo totalmente</b>	<b>225 (56,3)</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## APÊNDICE G – Impacto nas viagens

TABELA 3: Impacto nas viagens.

Variável	n (%)
<b>Sua viagem foi cancelada?</b>	
Não	292 (73,0)
Sim, pedi o cancelamento	71 (17,8)
Sim, a empresa cancelou	37 ( 9,3)
<b>De que modo a empresa compensou o cancelamento da sua viagem?</b>	
Voucher do mesmo valor ou superior para período superior a 6 meses	49 (12,3)
Reembolso parcial do valor	21 (5,2)
Reembolso total do valor	32 (8,0)
Minha viagem não foi cancelada	298 (74,5)
<b>Você teve possíveis prejuízos financeiros?</b>	
Sim	68 (17,0)
Não	286 (71,5)
Não sei afirmar com precisão	24 (6,0)
Só posso avaliar futuramente	22 (5,5)

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## APÊNDICE H – Intenção de viajar

TABELA 4: Intenção de Viajar.

Variável	n(%)
<b>Existe probabilidade de eu viajar pelo Brasil nos próximos 12 meses?</b>	
Discordo totalmente	51 (12,8)
Concordo totalmente	210 (52,5)
<b>Tenho intenção de visitar destinos turísticos nacionais num futuro próximo</b>	
Discordo totalmente	52 (13,0)
Concordo totalmente	232 (58,0)
<b>Eu escolheria algum destino turístico nacional para visitar nos próximos feriados ou tempo livre?</b>	
Discordo totalmente	67 (16,8)
Concordo totalmente	220 (55,0)

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).