

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

**Os desafios decorrentes da
pandemia Covid-19 no setor do
turismo em Portugal entre 2020
e 2021**

Florinda Carole Evangelista da Costa

Lisboa, janeiro de 2026

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO
DE LISBOA

**Os desafios decorrentes da
pandemia Covid-19 no setor do
turismo em Portugal entre 2020
e 2021**

Florinda Carole Evangelista da Costa

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Empreendedorismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Margarida Cróca Piteira.

Constituição do Júri:

Presidente: Doutor José Moleiro Martins

Arguente: Doutora Maria Teresa Esteves

Vogal: Doutora Margarida Piteira

Lisboa, janeiro de 2026

Dedicatória

Dedico a minha Dissertação ao meu pai, que, infelizmente no final de 2022, foi-lhe diagnosticado um tumor maligno no intestino, sendo que, neste presente ano, acabou por não resistir e falecer pelo mesmo se ter espalhado. Apesar da má notícia, sei que ficaria bastante feliz se eu concluísse o meu mestrado. Por ter sido o mesmo a motivar-me a fazê-lo, e por todo o percurso académico que fiz, até agora, fico feliz e de consciência tranquila, por ter finalizado.

Agradecimentos

O meu pai sempre me motivou a alcançar o grau de mestre, e posto isto, fiz um longo percurso académico, grande parte dele, ao passar pelo Instituto Superior de Contabilidade de Lisboa.

Gostaria de deixar o meu profundo agradecimento a todos os meus colegas de turma, funcionários e a todos os meus professores da minha licenciatura e mestrado.

Também gostaria de fazer agradecimentos especiais, para os meus pais, que sempre me apoiaram ao longo do meu percurso de estudos, mesmo com as dificuldades adversas. Agradeço ao meu irmão, que mesmo me considerando uma pessoa “chata”, sempre me fez acreditar que tudo seria possível com a minha força de vontade, e por último, e não menos importante, gostaria de minha orientadora professora Margarida Piteira, pelo apoio, paciência, e disponibilidade que me prestou ao longo da minha dissertação.

Declaração de originalidade e autoria

Declaro que o presente trabalho, “Os desafios decorrentes da pandemia Covid-19 no setor do turismo em Portugal entre 2020 e 2021”, é original e da minha autoria, exceto as partes devidamente referenciadas e citadas de outros autores, onde foram seguidas as normas de citação e referenciação aplicáveis segundo a 2ª APA. Mais informo, que o trabalho cumpre com as normas e as regras de escrita e ética académica e não foi utilizada a inteligência artificial na sua elaboração.

Florencia Carla Evangelista da Costa
03/09/2025

Resumo

A pandemia Covid-19 provocou uma das maiores crises globais das últimas décadas, o que levou a profundos desafios em vários setores. Entre estes, o turismo foi um dos mais afetados devido a todas as restrições implementadas. O objetivo do estudo que se apresenta é compreender a influência da pandemia decorrentes do vírus Covid-19 (2020-21) no setor turístico em Portugal, pela perceção dos profissionais do turismo. Para isso, foi feita uma análise baseada em livros, *sites*, artigos científicos e dissertações em formato digital. Como instrumento de recolha de dados recorreu-se ao inquérito por questionário *online* via Google Forms. Foram inquiridos 171 participantes, entre o período de 01 de maio de 2025 a 31 de maio de 2025. Tendo como questão de partida “Quais os novos desafios decorrentes do cenário pandémico do Covid-19 (2020-21), colocados ao setor turístico em Portugal, pela perceção dos profissionais de turismo.”. Os resultados revelam mudanças no comportamento dos turistas, nomeadamente a preferência por serviços *online* e a valorização da higiene e segurança como fatores decisivos para a escolha de destinos e atividades dos consumidores. A pandemia Covid-19 trouxe ainda oportunidades de inovação e capacidade enfrentar possíveis futuras crises por parte dos estabelecimentos turísticos. O trabalho findo discutidas estas análises, sendo apresentadas pistas para investigações futuras.

Palavras-Chave: Influência da pandemia do Covid-19 (2020-21), Turismo, Perceção dos profissionais do turismo, Survey, Estudo exploratório.

Abstract

The Covid-19 pandemic has caused one of the greatest global crises in decades, posing profound challenges to several sectors. Among these, tourism has been one of the hardest hit due to all the restrictions implemented. The objective of this study is to understand the impact of the Covid-19 pandemic (2020-21) on the tourism sector in Portugal, as perceived by tourism professionals. To this end, an analysis was conducted based on books, websites, scientific articles, and dissertations in digital format. An online questionnaire survey via Google Forms was used as a data collection tool. A total of 171 participants were interviewed between May 1, 2025, and May 31, 2025. The starting question was "What are the new challenges arising from the COVID-19 pandemic (2020-21) posed to the tourism sector in Portugal, as perceived by tourism professionals?" The results reveal changes in tourist behavior, particularly a preference for online services and the importance of hygiene and safety as decisive factors in consumers' choice of destinations and activities. The Covid-19 pandemic also provided opportunities for innovation and the ability of tourism establishments to face potential future crises. The final paper discusses these analyses and presents avenues for future research.

Keywords: Influence of the Covid-19 pandemic (2020-21), Tourism, Perception of tourism professionals, Survey, Exploratory study.

Índice

Capítulo 1. Introdução	1
Capítulo 2. Enquadramento Teórico	3
2.1 O turismo e a sua importância.....	3
2.2 O vírus Covid-19 e as medidas aplicadas	6
2.2.1 Covid	6
2.2.2 Medidas de prevenção e combate	7
2.3 Consequências no setor turístico	9
2.3.1 Consequências a nível de empregabilidade	11
2.3.2 O turismo rural após a pandemia	13
2.3.3 Impactos a nível de estratégia/marketing	16
Capítulo 3. Método e Desenho de Investigação	18
3.1 Questão de investigação, objetivos e modelo de análise	19
3.2 Recolha de dados: instrumentos e procedimentos.....	24
Capítulo 4. Análise de Resultados	26
Capítulo 5. Análise das proposições	51
5.1 P.1. No contexto pós-pandemia 2020-21 os turistas aprenderam a lidar com os medos/receios nas práticas de atividades do setor turístico.....	52
5.2 P.2. O setor turístico foi afetado pela situação pandémica 2020-21 quer nos níveis de empregabilidade, quer nos níveis de preferências dos consumidores.....	53
5.3 H.3. Decorrente da situação pandémica 2020-21 os turistas preferem a filosofia do turismo rural, pela possibilidade de um maior isolamento, passaram a dar mais preferência a um turismo com práticas mais sustentáveis.	55
5.4 H.4. O setor turístico, pós-pandemia 2020-21, começou a oferecer melhores condições para ser praticado, face às exigências do respetivo mercado.....	56
5.5 Resultados da análise do corpo de proposição de investigação	57
Capítulo 6. Conclusão	58
6.1 Considerações Finais	58

6.2 Principais contribuições da investigação	59
6.3 Limitações da investigação	60
6.4 Sugestões para futuras investigações.....	61
Referências Bibliográficas	62
Apêndices	72
Apêndice A - Inquérito por questionário	72

Índice de Figuras

Figura 1: Fases de trabalho de investigação	18
---	----

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Balanço do Turismo em % PIB	4
Gráfico 2: Diferença entre óbitos 2020, 2021 e média 2015-2019 e óbitos Covid-19, por semana, Portugal, semanas 10 de 2020 a 1 de 2021	8
Gráfico 3: PIB em milhares de euros entre 2020 e 2021	10
Gráfico 4: Desemprego	12
Gráfico 5: Proveito médio por dormida nos estabelecimentos de alojamento turístico	15
Gráfico 6: Distribuição dos inquiridos por faixa etária.....	26
Gráfico 7: Distribuição dos inquiridos por género	27
Gráfico 8: Habilitações académicas dos inquiridos	28
Gráfico 9: Área de formação dos inquiridos	29
Gráfico 10: Distribuição dos inquiridos pela área de atividade	30
Gráfico 11: Experiência profissional no setor turístico	31
Gráfico 12: Mudanças no local de trabalho devido à pandemia.....	32
Gráfico 13: Medidas adotadas durante o período de restrição no local de trabalho	33
Gráfico 14: Encerramento do estabelecimento durante o período de confinamento	34
Gráfico 15: Principal dificuldade enfrentada pela empresa durante a pandemia	35
Gráfico 16: Mudanças comportamentais dos clientes desde o início da pandemia.....	36
Gráfico 17: Hipóteses de mudanças comportamentais por parte dos clientes	37
Gráfico 18: Mudanças dos clientes em relação à higiene e segurança	38
Gráfico 19: Mudanças comportamentais dos clientes na procura e reserva de hotéis e restaurantes	39
Gráfico 20: Afetação dos impactos financeiros nas empresas	40
Gráfico 21: Apoios financeiros durante a pandemia.....	41
Gráfico 22: Recuperação do local de trabalho face à pandemia.....	42
Gráfico 23: Novas tecnologias no setor do turismo.....	43
Gráfico 24: Mudanças de gestão de pessoal.....	44
Gráfico 25: Mudanças de horários.....	45
Gráfico 26: Mudanças permanentes no setor do turismo	46
Gráfico 27: Futuro do setor turístico após pandemia.....	47
Gráfico 28: Novas oportunidades de inovação no setor turístico	48
Gráfico 29: Apoio governamental	49
Gráfico 30: Futuras crises semelhantes à pandemia	50

Índice de Tabelas

Tabela 1: Taxa de variações homóloga do proveito médio por dormida nos estabelecimentos de alojamento turístico, por trimestre e por segmento	16
Tabela 2: Correlação entre as questões do inquérito e as hipóteses de investigação.....	23
Tabela 3: Validação das hipóteses de investigação	57

Lista de Abreviaturas

INE – Instituto Nacional de Estatística

ISCAL – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa

PIB – Produto Interno Bruto

OMS – Organização Mundial de Saúde

Capítulo 1. Introdução

Os efeitos da globalização exercem cada vez mais pressão nas organizações, em todos os setores de atividade. Consequentemente, a indústria do turismo também tem vindo a ganhar cada vez mais notoriedade, sendo entendida como uma das maiores atividades de desenvolvimento económico de vários países. Estes efeitos nem sempre são fáceis de gerir. Não obstante, a facilidade de circulação permitiu também uma maior democratização de transportes, como por exemplo, o transporte aéreo, com impactos críticos, ao longo dos tempos para o incremento do setor turístico.

O objetivo geral do presente trabalho é compreender os desafios colocados ao setor turístico dos últimos anos, ou seja, decorrentes do cenário pandémico do Covid-19. Tal como a facilidade de circulação facilitou o incremento do turismo, a mesma também facilitou a propagação do vírus a nível mundial, culminando num evento global. Embora a indústria do turismo estivesse resiliente face a múltiplos eventos, como por exemplo as crises financeiras, ou até mesmo catástrofes naturais e guerras, o ano de 2020, foi um ano bastante “atípico”, em termos globais. Com a chegada desta nova pandemia, a população teve de fazer reajustamentos face ao imprevisível. Por ser um vírus desconhecido, e pelo facto de se estar a alastrar a uma grande velocidade, foram impostas a muitas empresas medidas, com o objetivo de impedir a disseminação de infeções. Essas medidas, embora fossem preventivas, e a diminuição da confiança dos agentes económicos, acabaram por afetar vários setores de atividade, entre eles o setor do turismo. Portugal, até esta data, estava cada vez mais, a ter destaque como destino turístico mundial, com boas classificações/posições nos rankings globais deste setor, com as chegadas de turistas a aumentar; acabando mesmo por se posicionar em 15º destino turístico mundial (OMT, 2025). Só em relação ao ano de 2019, Portugal apresentou um crescimento de cerca de 7,5% face ao ano anterior, como uma estimativa de crescimento de 7,9% para o ano seguinte (INE, 2025). Foram quase 27 milhões de pessoas, sendo que mais de 16 milhões eram estrangeiras. Face a estes acontecimentos, com grandes variações, e tratando-se de um problema recente, acaba por realçar-se, ainda mais, a importância da sua investigação.

Esta temática foi escolhida, não só por ser um tema atual, mas como também para tentar perceber de que forma o cenário pandémico de 2020-2021 afetou o setor de atividade do turismo. Além disso, ainda não existem muitos estudos sobre esta situação, tendo-se, assim, o objetivo de criar conhecimento para esta problemática. Por conseguinte, o objetivo pretendido é de não só, contribuir para o desenvolvimento do estudo científico, mas ajudar com este conhecimento também em termos práticos, os profissionais desta área, estudantes e investigadores. Em paralelo, a presente análise também pretende conhecer os novos desafios com os quais as empresas, do setor do turístico, de um modo geral, ainda convivem, decorrentes do recente cenário pandémico. Este trabalho pretende assim, também, ajudar as empresas poderão a obterem mais informações úteis do problema, no sentido de formularem estratégias e soluções futuras, sejam mais eficientes e eficazes para os clientes, com base nas experiências apresentadas nas conclusões.

A escolha do campo empírico da presente investigação teve como base as empresas de turismo, como as zonas de restauração e alojamento. O instrumento de recolha de dados utilizado foi o inquérito por questionário, elaborado através da aplicação Google Forms, e dirigido aleatoriamente às empresas de turismo mencionadas, por conveniência, de forma a alcançar os objetivos da investigação e por acessibilidade dos participantes.

O presente trabalho está estruturado em 6 pontos. Para além deste capítulo introdutório, o capítulo 2, apresenta a revisão da literatura desta problemática, orientadora das principais atividades desta dissertação. No ponto 3, descreve-se a metodologia adotada e os respetivos procedimentos de recolha e análise dos dados, fazendo-se o ponto de situação sobre a questão de investigação, os objetivos específicos e corpo das proposições do estudo. São ainda descritos os participantes da amostra. De seguida, é feita a apresentação dos dados (capítulo 4) e a respetiva discussão dos resultados (capítulo 5). Por último, o capítulo 6 é dedicado às conclusões finais da investigação, sendo apresentadas as conclusões alcançadas, as principais contribuições e as limitações encontradas no estudo, e sugestões futuras.

Capítulo 2. Enquadramento Teórico

Neste capítulo, encontra-se a revisão da literatura, que acaba por assumir uma grande importância na investigação, por ser um elemento que contextualiza o propósito da investigação. De acordo com Echer (2001, p.2),

A revisão da literatura é imprescindível para a elaboração de um trabalho científico. O pesquisador deve acreditar na sua importância face a uma pequena abordagem acerca do turismo e da importância para a qualidade do projeto e da pesquisa e que tudo é aproveitável para os relatórios posteriores. Na elaboração do trabalho científico é preciso ter uma ideia clara do problema a ser resolvido e, para que ocorra esta clareza, a revisão da literatura é fundamental. (Echer, 2001, p.2).

Este capítulo, prende-se com a situação pandémica do vírus Covid-19, na medida em que afetou a atividade turística. Neste sentido, o principal objetivo deste capítulo, consiste em realizar um enquadramento sobre os conceitos que fazem parte desta investigação de forma a poder elucidar o leitor acerca do tema, e perceber os desafios que a pandemia trouxe. Assim sendo, e de seguida, este capítulo aborda o turismo e a sua importância; a situação da pandemia global 2020-21, as medidas inerentes, e por fim, das consequências das mesmas.

2.1 O turismo e a sua importância

De acordo com Cunha (2009), o turismo é um conjunto de atividades decorrentes das deslocações e das permanências dos visitantes. Este conceito acaba por estar em linha de concordância com a definição descrita pela Organização Mundial do Turismo, que define como um movimento de pessoas para outros países ou localidades diferentes das habituais, para fins pessoais, profissionais ou comerciais. (OMT, 1994). Tendo em conta estes conceitos, o turismo, é um fenómeno que já tem vindo a ser praticado há vários anos, embora, só no século XX, é que os turistas, começaram a interessar-se mais por Portugal (Spartley, 1936). Foi também neste século, que o turismo alcançou uma grande importância na economia mundial. O desenvolvimento deste fenómeno, ao longo dos anos, permitiu que houvesse uma criação e aumento de postos de trabalho, valorização de culturas,

valorização de áreas geográficas periféricas, e sobretudo, o desenvolvimento da economia. Segundo o Turismo de Portugal (2020), o turismo foi a maior atividade económica exportadora de Portugal, em que no ano de 2019, as receitas turísticas contribuíram com 8,7% do Produto Interno Bruto (PIB), acrescentando o facto de que, o setor, também, foi responsável por 52,3% das exportações de serviços e por 19,7% das exportações totais. No seguinte gráfico abaixo, é demonstrado o destaque que o turismo teve no PIB português entre os períodos de 2008 e 2018.

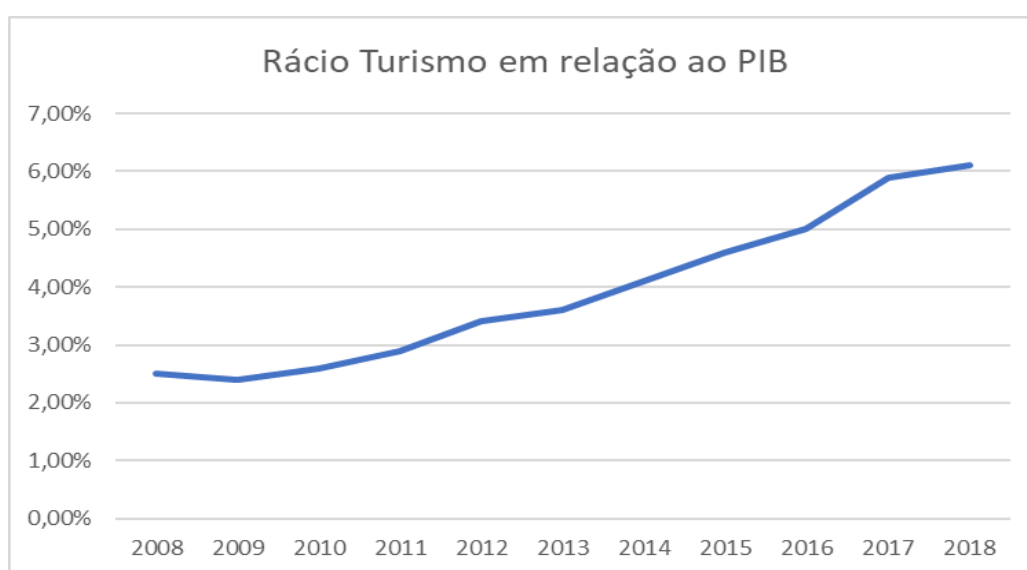


Gráfico 1: Balanço do Turismo em % PIB

Fonte: Adaptado de Pordata (2025)

No Gráfico 1, observa-se um claro crescimento de 2008 a 2018, passando de cerca de 2,5% em 2008, para cerca de 6% de aumento em 2018, em relação ao crescimento do PIB nacional, em que o seu aumento deve-se cada vez mais ao setor turístico, demonstrando assim, a importância do turismo na economia nacional. De acordo com o Eurostat, “O Produto Interno Bruto (PIB) é a medida mais utilizada para avaliar a dimensão de uma economia. (...). O PIB é o total de todo o valor acrescentado criado numa economia (Eurostat, 2025). E

com o aumento da percentagem do turismo em relação ao PIB, acaba por contribuir para o crescimento da economia. Com o aumento da economia, vem o aumento dos investimentos, e com isso, o aumento dos postos de trabalho e receitas, que se alinha em conformidade com a seguinte informação do Turismo de Portugal, do INE e do Banco de Portugal (Banco de Portugal, 2025; Espinham 2020):

- Foram registados 27,0 milhões de hóspedes - um crescimento de 7,2% em relação a 2018 – dos quais, 16,3 milhões de hóspedes estrangeiros.
- O crescimento das receitas turísticas (+8,1%), correspondente a 18,4 mil milhões de euros, e dos proveitos globais (+7,3%) mais acelerados que o aumento de dormidas (+4,1%);
- O aumento de emprego no turismo (336,8 mil empregos), com um peso de 6,9% na economia nacional (dados de 3 CAEs: alojamento, restauração e agências de viagem).
- A diversificação de mercados: crescimentos expressivos do mercado norte- americano (+21,4% hóspedes) e brasileiro (+15,2% hóspedes);
- O crescimento mais acelerado do mercado interno em 2019 (+7,5 % hóspedes nacionais) em relação ao mercado externo (+7,1% hóspedes estrangeiros);

Este crescimento do setor turístico é constantemente referenciado por vários autores como um motor de crescimento da economia. Para Calheiros (2022), o turismo é indiscutivelmente um motor da economia portuguesa, o que também é reconhecido pela Comissão Europeia. Calheiros (2022), afirma que vários governos concordam com a mesma visão, porém, é crucial criar condições necessárias para que o setor continue a ser uma realidade, especialmente diante do atual contexto económico e social. Esta declaração, acaba por destacar a importância do turismo como um impulsionador da economia portuguesa e ressalta a necessidade de apoio e criação de políticas que permitam ao setor continuar melhorat. O turismo desempenha um papel fundamental na geração de receitas, criação de empregos e desenvolvimento de infraestruturas, e sua sustentabilidade requer uma abordagem estratégica e condições favoráveis por parte do governo e das autoridades

competentes. Esta realidade, tem em conta a nova conjuntura iniciada em finais de 2019, em que se vive com uma nova realidade a nível mundial que afeta vários setores de atividade. Essa nova realidade seria um vírus chamado Covid-19.

2.2 O vírus Covid-19 e as medidas aplicadas

2.2.1 Covid

De acordo com o SNS24 (2025), o Covid-19, é um vírus que pode causar desde uma simples gripe, até uma pneumonia, apresentando sintomas como febre acima dos 38°C, tosse, dores musculares, dificuldades respiratórias, perda total ou parcial do olfato e ausência ou perturbação de paladar, sendo a sua primeira aparição, foi ocorrida no ano de 2019, na cidade de Wuhan. Segundo a mesma fonte, SNS24 (2025), este vírus tanto pode ser transmitido através do contacto direto, quando uma pessoa infetada fala, produz gotículas que podem ser inaladas, como indiretamente, o toque das mãos numa superfície que esteja infetada e de seguida, com a mesma mão, tocar na boca.

No ano de 2020, e face a esta problemática, foi publicado um relatório em que Embarek (2020) afirma que os morcegos são reservatórios naturais de coronavírus e podem abrigar muitos outros que ainda não estão identificados. De acordo com Embarek (2020), para prevenir futuros surtos, é importante compreender a dinâmica e as suas formas de transmissão, através de pesquisas contínuas e vigilância. Apesar da informação descrita no relatório, mesmo assim, não foi indicada a origem causadora do Covid-19.

Segundo o com o diretor-geral da Organização Mundial da saúde, Ghebreyesus (2021), para prevenir futuros surtos pandémicos e epidémicos, é essencial entender os novos patógenos.

De acordo com Vanelli (2020),

(...) subitamente no final do ano de 2019, algures na cidade de Wuhan, China, surge a descoberta do novo coronavírus, um novo agente infeccioso cuja propagação rapidamente se estende a vários pontos do planeta. A 2 de Março é confirmado o primeiro caso positivo em Portugal, um homem de 60 anos regressado de férias em Itália. A 11 de Março de

2020, a situação é declarada como pandemia pela Organização Mundial de Saúde (OMS). (Vanelli, 2020).

Bastaram dois breves meses, para que o mundo se visse a braços com algo que desconhecia e, por enquanto, incapaz de controlar, de prevenir ou tratar com garantia de sucesso Vanelli (2020). Esta incerteza do desconhecido levou á tomada de medidas por parte de Governos de vários países, incluindo Portugal.

2.2.2 Medidas de prevenção e combate

A globalização facilitou a circulação, não só a circulação de produtos e de pessoas entre países, mas também acelerou a propagação do vírus da Covid-19 numa escala mundial, resultando num uma pandemia global. Embora na Europa, no ano de 2020, um dos países mais afetado pela pandemia, de acordo com ECO (2025), era Portugal, que estaria perto dos mil casos de Covid por dia, existiam já mais países na UE que já ultrapassam os 10 mil casos por dia, como por exemplo, Espanha. Portugal já tinha entre 600 a 800 casos diários pela Covid-19 e, continuava a apresentar quase todos os dias um aumento de número de casos e de mortes, tal como se pode verificar no seguinte gráfico abaixo.

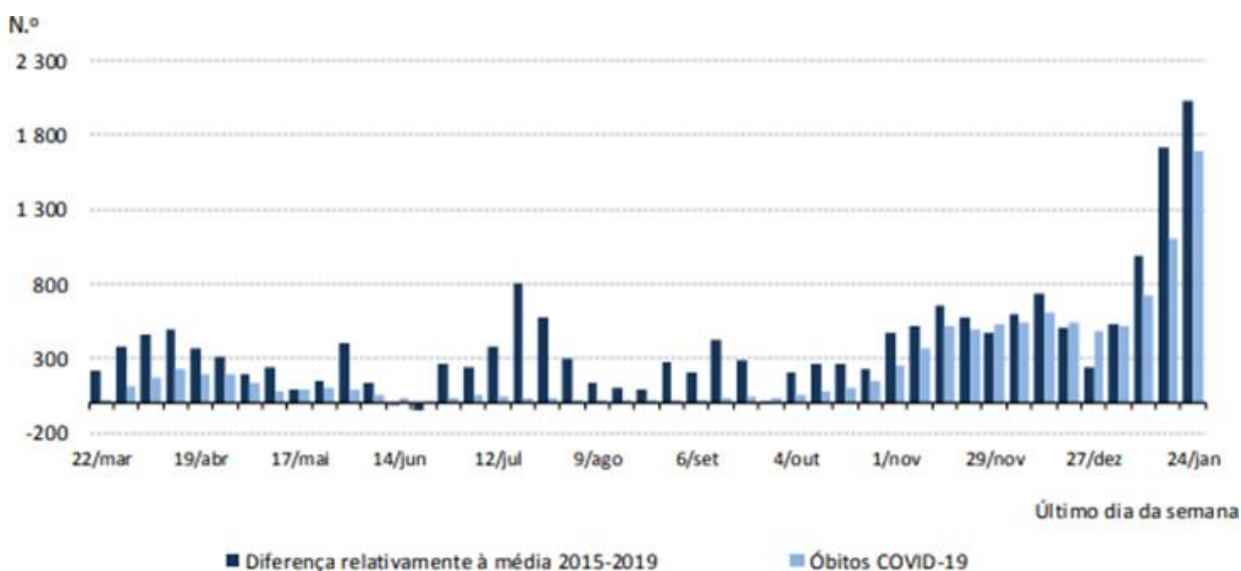


Gráfico 2: Diferença entre óbitos 2020, 2021 e média 2015-2019 e óbitos Covid-19, por semana, Portugal, semanas 10 de 2020 a 1 de 2021

Fonte: INE (2025)

Conforme se pode verificar no gráfico acima, Portugal foi fortemente afetado com a pandemia do Covid-19. Desde Março de 2020, verificou-se um grande aumento de mortes pelo Covid. De acordo com INE (2025), comparativamente com os anos de 2015 e 2019, nos anos de 2020 e 2021, verificou-se um aumento, em média, do número de óbitos, justificado com o aumento dos casos de Covid-19. Na mesma fonte, indica-se que, em Portugal, e comparativamente com o período entre 2015 e 2019, houve um aumento de óbitos de 1878 e 1131, sendo uma evolução de respetivamente, 43,2% e 41,8% respetivamente. Com a rápida propagação, e a pouca informação acerca do vírus, no dia 30 de Janeiro de 2020, a OMS declarou o estado de emergência de saúde pública a nível internacional. Face ao elevado nível de mortalidade, houve a necessidade de que o Governo tivesse que tomar medidas de combate e prevenção ao Covid-19. Inicialmente, foram anunciadas medidas de contingência. De acordo com se Portugal GOV (2025), essas medidas foram, entre outras, i.e., a limitação na via pública de 10 pessoas com exceção de agregados familiares, e até proibição de venda de bebidas alcoólicas em postos de abastecimento de gasolina e serviços. No entanto, com os números de casos diários a aumentar, houve a necessidade de se anunciarem novas medidas, sendo que uma delas seria de reduzir de 10, para 5, a limitação de pessoas na via pública.

Durante uma conferência realizada pelo primeiro-ministro, António Costa, em 2020, de acordo com, Portugal GOV (2025) foi anunciado um pacote de medidas para prevenção da expansão da pandemia. Essas medidas visavam a não só, evitar futuras medidas que pusessem em causa a crise económica e social, mas como também, permitir que o Serviço Nacional de Saúde pudesse dar resposta aos doentes infetados pela Covid-19.

2.3 Consequências no setor turístico

A propagação do vírus, juntamente com as medidas de combate e prevenção, originaram consequências tanto a nível social, como a nível económico. Uma das consequências, foi a diminuição da procura turística, originado não, só pela redução da mobilidade, mas também como o fator “medo” associado à pandemia. Para Korstanje (2011, p.6),

Fear and fancy have been two key-elements present in the attractiveness of destinations from the tourism inception onwards (Douglas, 1997; Elias & Dunning, 1992). Whenever the ontological security of people is in danger, physical displacement constitutes a prophylactic alternative to recover the sentiment of security.” (Korstanje, 2011, p.6).

Já Fernandes (2020), expressa a opinião de que o medo, em relação a uma epidemia pode ser mais prejudicial do que a própria doença. O mesmo, afirma que o medo pode impedir uma resposta inteligente à epidemia e levar ao desenvolvimento de problemas sociais, além da psicose do contágio se espalhar mais rapidamente do que a própria doença, acabando por ser mais maléfico do que a própria pandemia. Um exemplo que envolve o medo e o turismo em simultâneo, foi o atentado de 11 de Setembro de 2001, ocorrido em Nova Iorque. Como não havia como prever um novo ataque, que poderia ocorrer em qualquer momento. O acontecimento, levou que diminuísse a chegada de turistas internacionais aos aeroportos dos Estados Unidos. Este ataque causou entre várias consequências, impactos socioeconómicos, como alguns autores defendem Sousa e Silva (2006, p.51) citado por Pleteriski (2010, p.38),

Depois dos atentados do 11 de setembro de 2001 o mundo enfrentou uma das maiores crises socioeconómicas de todos os tempos. Além de afetar o turismo a nível global, afetou todo o sistema de segurança que teve de ser reavaliado. Uma semana após os atentados, várias companhias aéreas tiveram de despedir trabalhadores. Segundo o World Travel and Tourism Council a procura turística diminuiu cerca de 10% em todo o mundo, uma perda de cerca de 8,8 milhões de postos de trabalho (companhias aéreas, hotéis, agências de viagens). No entanto, algumas empresas mantiveram-se em crescimento durante 2000 e 2001, como o exemplo da Ryanair e outras companhias de baixos custos. (Sousa & Silva, 2006, p.51, citados por Pleteriski, 2010, p.38).

Perante o sentimento do medo, causado pelo ataque terrorista, pode comparar-se com o impacto causado pela chegada do Covid no setor turístico, em que ambos, pelo medo e,

pelas medidas, acabaram por retrain turistas, causando impactos negativos face ao crescimento da economia. O vírus, afetou quase todas atividades relacionadas com o setor hoteleiro, com vários eventos cancelados, restaurantes e bares fechados, viagens canceladas e recolhimento obrigatório. Contudo, e como o referido anteriormente, o vírus afetou “quase todas atividades”, isto porque, as pessoas tiveram de conviver com a nova realidade, e assim encontrar novas alternativas perante o dilema enfrentado. Algumas áreas da economia cresceram, face ao covid, como por exemplo, o aumento do volume de venda de máscaras, ou até mesmo no setor do turismo, em que o turismo rural, foi dos que mais resistiu. Do ano de 2014 para o ano de 2019, as variações do saldo, não eram muito significativas, mas do ano de 2019 para 2020, pode verificar-se que houve uma queda acentuada da receita, passando de cerca de 5%, para uma diminuição de cerca de 40%., sendo uma taxa de variações de turismo negativo e decrescente de -62,2%. Em consequência desta queda turística, no gráfico abaixo (gráfico 3), é demonstrado os efeitos sentidos no PIB nacional.

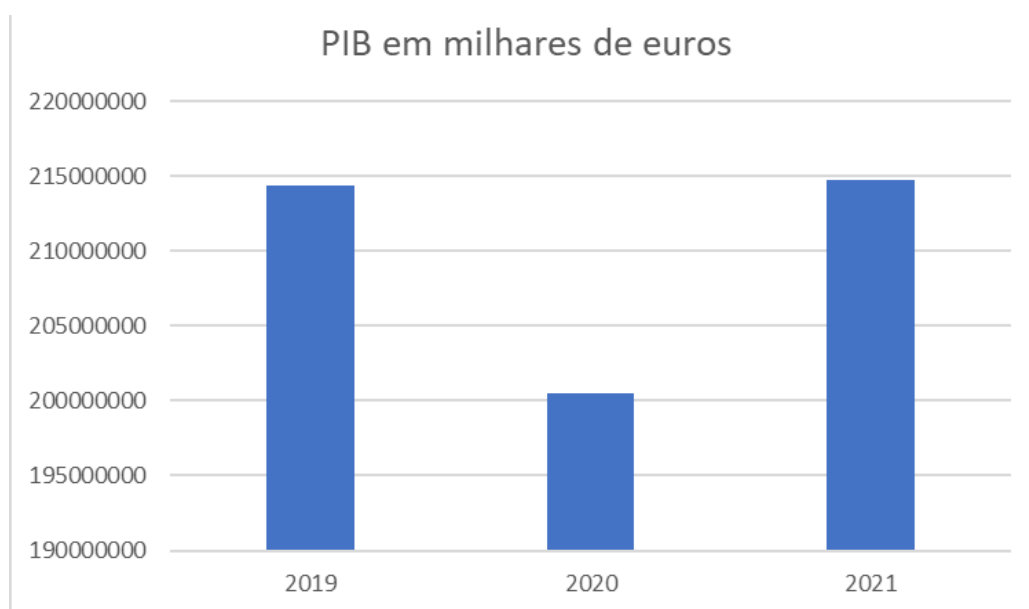


Gráfico 3: PIB em milhares de euros entre 2020 e 2021

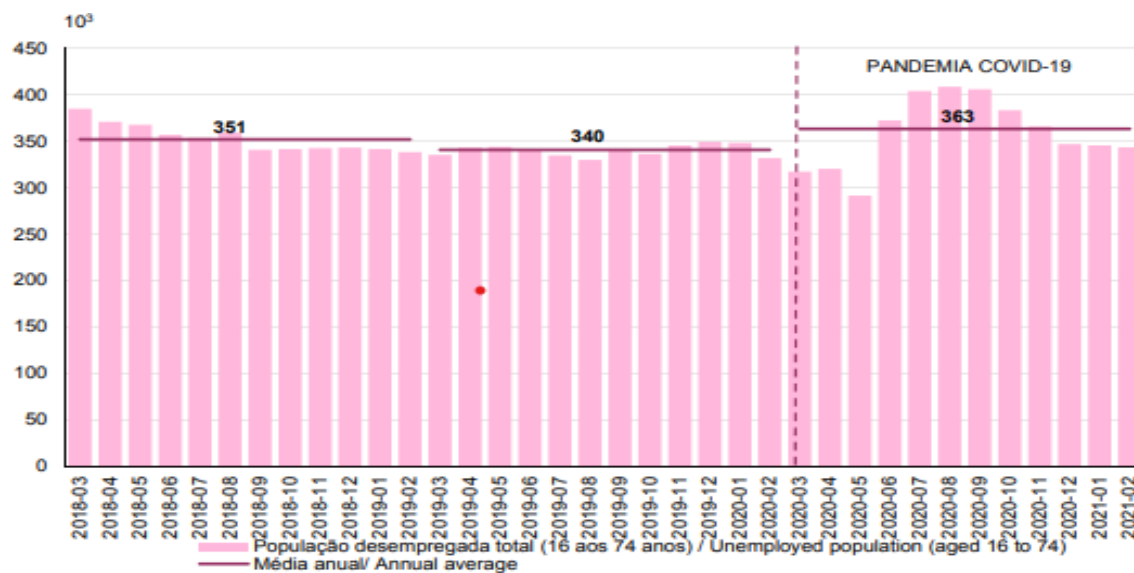
Fonte: Adaptado de Pordata (2025)

Observando o gráfico 3, pode constatar-se que de 2019 para 2020, houve uma diminuição do PIB, com uma diferença de cerca de 14.000.000 euros. De acordo com o INE (2025), houve uma diminuição de 62,2% no saldo da rubrica de Viagens e Turismo, demonstrando os impactos negativos da pandemia Covid-19 sobre a atividade turística. No entanto, face às vacinas, face às medidas tomadas de combate e prevenção do vírus, e à adaptação da nova realidade, começou, por parte de vários países, o processo de desconfinamento, com o alívio de medidas, sendo que no ano de 2021, o PIB voltou a crescer. A adaptação da nova realidade, envolveu o uso de máscaras obrigatório em certos estabelecimentos, viagens para certos países aceites, desde que apresentando um teste de Covid-19 negativo, reabertura de restaurantes, em que os clientes só poderiam entrar, caso apresentassem os testes negativos, teletrabalho sempre que possível, entre outras medidas. O impacto do Covid 19 trouxe novas perspetivas e dinâmicas às empresas em que muitas tiveram de se “moldar” face à nova realidade. No ano de 2021, o PIB, ao contrário de 2020, cresceu 4,9%, sendo o maior crescimento desde o ano de 1990 (INE, 2025).

2.3.1 Consequências a nível de empregabilidade

Com as medidas aplicadas pelo Governo, durante a pandemia, várias empresas viram-se obrigadas a fechar, ou a exercer as atividades durante horários e períodos menos favoráveis. Face a esta situação, o governo adotou uma medida, com vista á proteção de empregos. De acordo com INE (2025), durante o primeiro ano da pandemia, vários países implementaram medidas para mitigar o impacto económico das restrições e confinamentos, incluindo Portugal, sendo uma delas o regime simplificado de lay-off. Esta medida permitiu que as empresas suspendessem temporariamente os contratos de trabalho ou reduzissem a carga horária de trabalho dos funcionários, cujo objetivo principal era evitar um aumento significativo no número de desempregados, já que muitas empresas tiveram que fechar temporariamente ou parcialmente pelas restrições impostas. Contudo, no 1º ano da

pandemia, verificou-se um aumento de 6,7% na população desempregada, entre março de 2020 e fevereiro de 2021, apesar das medidas adotadas INE (2025), como se pode verificar no gráfico abaixo (gráfico 4). Gráfico 4: Desemprego



Fonte: INE (2025)

Como se pode verificar no gráfico 4, do ano de 2018 a março, para 2021 a fevereiro, o aumento de população desempregada, chegou a ser de cerca de 12000. A pandemia causou uma crise no mercado de trabalho, especialmente no setor do turismo. De acordo com ECO (2025), mais de 101 mil empregos foram despedidos no setor turístico entre o primeiro trimestre de 2021 e o mesmo período de 2020, tornando-o um dos mais afetados pela Covid-19. Segundo a mesma fonte, os empregadores enfrentam dificuldades para contratar pessoal, o que pode ameaçar a recuperação do setor e da economia nacional, mesmo após a retoma das atividades inerentes, sendo que indicam que os sindicatos atribuem essa escassez de mão-de-obra aos salários baixos e à elevada precariedade no setor do turismo, além do facto de, muitos dos trabalhadores acabaram por ir trabalhar para outras áreas durante os meses em que as atividades turísticas foram impactadas pela pandemia.

2.3.2 O turismo rural após a pandemia

As zonas rurais de Portugal, têm ganho cada vez mais relevo, em grande parte, graças á atividade turística. De acordo com Carvalho (2016), este tipo de turismo tem o objetivo de recuperar, preservar e valorizar o património paisagístico, cultural e histórico, caracterizando- se por ser praticado em zonas rurais, em que existe a prática de atividades, como alojamentos e animações turísticas. Em linha com a mesma fonte, esta prática, pode enquadrar: i) Turismo de aldeia; II) Agroturismo, III) Hotel rural. Em linha de concordância, com a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (2018), turismo rural, são:

(...) estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente. (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (2018).

Este tipo de atividade, tem sido cada vez mais valorizado não só com o intuito de desenvolver as zonas inerentes, mas como também por parte de turistas que pretendem um refúgio fora do ambiente citadino. Devido ao forte investimento na divulgação desta prática turística, esta atividade tem sido crescente. De acordo com a Escola de Turismo de Portugal (2025), no século XX, o turismo rural cresceu de forma exponencial, sendo que a prática turística, passou de ser um fenómeno exclusivo apenas de praias e grandes cidades, para também para áreas mais rústicas, tendo de 1984 para 2018 um aumento 32 vezes superior. Segundo o INE (2025), no ano de 2018, o turismo no espaço rural e de habitação em Portugal, registou um crescimento positivo. Foram contabilizados 1.469 estabelecimentos em atividade, que ofereciam, um total de 24 mil camas. O número de hóspedes aumentou 6,8%, alcançando um total de 848.700, e o número de dormidas aumentou em 5,3%, totalizando 1,8 milhões. A estadia média foi de 2,11 noites, o que representou uma diminuição de 1,4% em relação a 2017. A taxa de ocupação de camas ficou em 24,3%, registando um aumento de 0,5 pontos percentuais, em comparação com o ano de 2017.

Além disto, segundo a Escola de Turismo de Portugal (2025), houve um pequeno aumento

na representatividade da oferta de estabelecimentos nas áreas não costeiras, tanto na hotelaria como no turismo no espaço rural e de habitação. Ou seja, significa que houve um aumento na oferta destas práticas turísticas, indicando um cenário positivo de crescimento no setor de turismo no espaço rural e de habitação em Portugal, sem se ter em conta que a pandemia estivesse prestes a chegar. Com a chegada do Covid-19, segundo INE (2025),

Considerando a generalidade dos meios do alojamento turístico¹, em 2020 registaram-se 11,7 milhões de hóspedes que proporcionaram 30,3 milhões de dormidas, traduzindo-se em diminuições de 60,4% e 61,1%, respetivamente (+7,4% e +4,3%, pela mesma ordem, em 2019). Os estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação), registaram 10,4 milhões de hóspedes (-61,6%) e 25,8 milhões de dormidas (-63,2%), os proveitos totais ascenderam a 1,4 mil milhões de euros (-66,3%) e os de aposento a 1,1 mil milhões de euros (-66,7%). A redução do volume de negócios da atividade do turismo não decorreu apenas de um efeito quantidade. Também se assistiu em geral à redução de preços (ver caixa com informação sobre índices de preços no consumidor). Registe-se, aliás, que de acordo com o Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e outros alojamentos nos estabelecimentos de alojamento turístico, o proveito médio por dormida diminuiu 9,4% e atingiu 41,7 euros (+3,2% em 2019). Em 2020, os residentes em Portugal realizaram 14,4 milhões de deslocações turísticas, o que correspondeu a um decréscimo de 41,1% (+10,8% em 2019). Neste ano, 39,0% da população residente em Portugal efetuou pelo menos uma viagem turística, o que representou uma diminuição de 14,1 p.p. face a 2019, correspondendo a 4,0 milhões de indivíduos (menos 1,4 milhões de turistas em comparação com 2019). INE (2025).

Apesar de a pandemia ter impactado fortemente o setor turístico, o turismo rural e de habitação, foram as práticas que mais resistiram. Conforme afirmam, Villalobos e Martins (2021), tendo em conta as estatísticas divulgadas pelo INE, o turismo rural e de habitação apresentou uma resistência maior durante a pandemia de Covid-19, registando aumentos na receita por dormida na maioria dos meses de 2020. Ainda de acordo com os autores (2021), com exceção dos meses de abril e maio, nos quais houve uma queda de 12,8% e 9,8% no proveito médio por dormida, respetivamente, todos os outros meses apresentaram aumentos significativos. Os meses de destaque foram agosto, com um aumento de 13,1%, seguido por julho, com 7,9%, e setembro, com 7,3%. Estes números demonstram que o turismo rural e de habitação conseguiram enfrentar melhor os desafios impostos pela pandemia, em comparação com outros segmentos do setor, conciliação do conceito de

isolamento social com novas buscas de alternativas de lazer que vão de encontro com as medidas, fez com que esta modalidade de turismo aumentasse. O turismo rural acabou por ser, então, uma grande tendência no ano de 2020 para as pessoas, para uns para evitarem constrangimentos com a lotação máxima nas praias, outros para evitar o máximo de contacto com as pessoas (Villalobos & Martins, 2021).

O interesse por experiências em ambientes mais isolados e de natureza, pode ter sido fator que impulsionou esta tendência, uma vez que opções inerentes, acabam por oferecer uma maior sensação de segurança e distanciamento social. O gráfico 4, que se segue, ilustra a situação inerente.

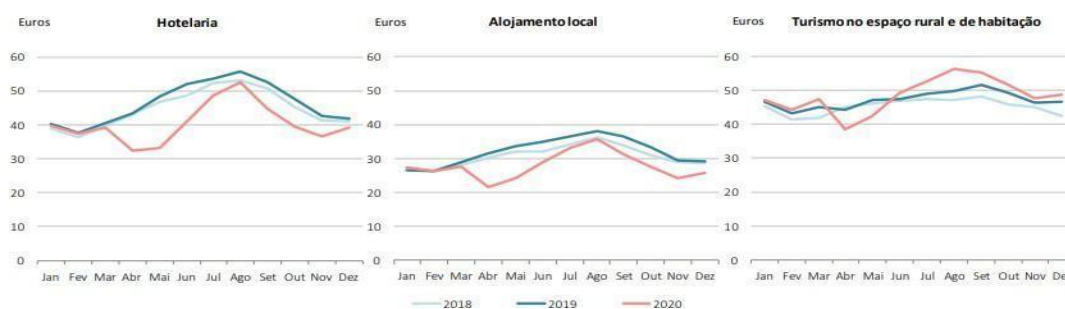


Gráfico 5: Proveito médio por dormida nos estabelecimentos de alojamento turístico

Fonte: INE (2025)

Como se pode observar no gráfico 5, o ritmo do turismo rural, no ano de 2020, embora não tivesse uma grande variação, acabou por crescer até Setembro, e de crescer pouco até novembro, estando já em dezembro, novamente em crescimento. Já comparativamente com os hotéis e o alojamento local, acabou por estar acima de ambos os segmentos. Na tabela que se segue (1), ilustra-se a variação homóloga em percentagem do proveito das dormidas.

Tabela 1: Taxa de variações homóloga do proveito médio por dormida nos estabelecimentos de alojamento turístico, por trimestre e por segmento

Tipo de estabelecimento	Unidade (%)				
	2020	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre
Total	-9.4%	-1.7%	-18.5%	-7.7%	-12.5%
Hotelaria	-10.5%	-2.3%	-19.0%	-9.2%	-13.0%
Alojamento local	-11.3%	-1.8%	-20.2%	-9.0%	-15.5%
Turismo no espaço rural e de habitação	8.6%	2.1%	3.1%	10.2%	4.7%

Fonte: INE (2025)

Na tabela 1, é demonstrado sempre uma variação positiva, face ao alojamento local, e à hotelaria, com variações negativas. Contudo, e apesar da resistência do turismo rural, o impacto causado pela pandemia no setor turístico, continuou negativo e conseqüentemente para a economia, dado o peso de relevância que o mesmo tem, como já referido anteriormente. O turismo rural não foi o suficiente para cobrir o consumismo do turismo no seu total, apresentando valores negativos de trimestre a trimestre. Com a pandemia, os clientes ficaram mais exigentes á procura de segurança. As empresas começaram a ficar mais focadas em garantir a segurança das atividades, transmitindo confiança e destacando a qualidade de seus produtos/serviços para os clientes. Com os turistas a apresentarem novas motivações, acaba por ser preciso inovar e analisar o seu novo perfil, de modo a entender se suas preferências permanecem as mesmas.

2.3.3 Impactos a nível de estratégia/marketing

O Covid-19 aumentou o interesse dos turistas em obter mais informações sobre os destinos turísticos, priorizando a limpeza e higiene dos estabelecimentos em prole do vírus. Com a chegada da pandemia, o preço deixou de ser um fator decisivo, e os turistas começaram a estar mais dispostos a pagar mais por experiências seguras. A pandemia causou o estado de emergência a nível global, impactando as pessoas e nível de saúde, a nível social e económico.

O setor de turismo sofreu uma queda significativa de clientes devido às restrições para conter o vírus. Por consequência, a segurança, a higiene, a sustentabilidade e as tecnologias

touchless e *contactless*, começaram a ganhar relevância para a decisão de viajar. O turismo mais virado á natureza, com baixa densidade populacional, bem-estar, atividades ao ar livre e destinos menos movimentados, assim, acabaram por ganhar mais destaque. Compreender os receios dos turistas é crucial para adotar medidas e estratégias adequadas, atendendo às necessidades dos novos consumidores sem comprometer a segurança (Garcez, Franco & Correia, 2021).

Para Trigueiro (2020) é fundamental conhecer os turistas reais e potenciais para o sucesso de qualquer negócio relacionado com o turismo, como hotéis, agências de viagens, restaurantes e atrações turísticas. Trigueiro (2020), menciona ainda que a compreensão permite personalizar produtos e serviços, melhorar a experiência do cliente, direcionar estratégias de marketing, antecipar tendências e manter a competitividade no mercado, para assim, oferecer produtos de acordo com as expectativas e assim, poder alcançar a satisfação do cliente.

De acordo com Rafael (2020), os pequenos negócios, como alojamentos locais, turismo rural, hostels, pequenos hotéis e agências de animação turística, também precisam inovar e empregar soluções integradas de marketing para alcançar o desenvolvimento desejado. Tendo em conta os efeitos da pandemia, o marketing digital no turismo, ficou em constante evolução, e os profissionais da área precisam estar atentos às novas tendências e às ferramentas para permanecerem competitivos, e para isso, a análise de dados é fundamental para medir o desempenho das estratégias e fazer ajustes necessários para melhor atender às expectativas dos clientes (Rafael, 2020).

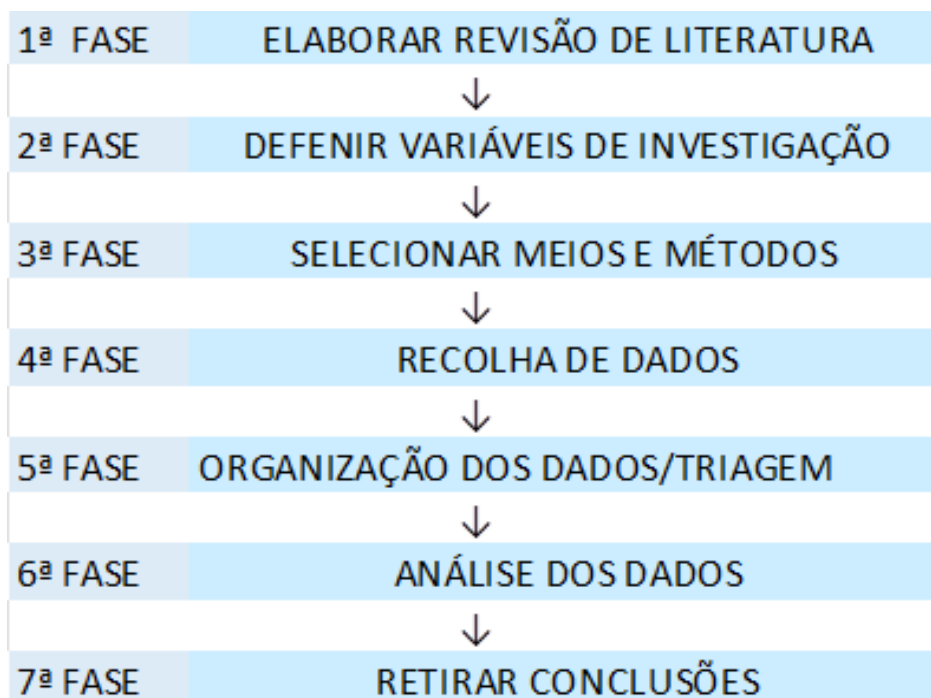
Segundo Brito-Henriques (2020), estamos perante um turismo reduzido a zero, e diversos autores e investigadores indicam que estamos perante uma oportunidade única para a refundação do setor. Para Brito-Henriques (2020), a pandemia, acabou assim por criar condições para o turismo ser renovado. Sigala (2020) ressalva a importância da necessidade da adoção de estratégia de *co-marketing* na gestão de comunicação do setor turístico. Já para Perinotto et al (2021), as estratégias de *coopetição* e *co-marketing* são abordagens demonstram uma evolução da forma como as empresas do setor turístico estão a lidar com a concorrência e a inovação. Para Perinotto et al (2021), as são cada vez mais relevantes no ambiente de negócios atual e contrastam com modelos mais tradicionais.

Capítulo 3. Método e Desenho de Investigação

No presente capítulo, explicita-se o tipo de estudo realizado e o seu desenho de investigação, e descrevem-se os procedimentos de recolha e análise de dados. Os surveys exigem uma amostra selecionada rigorosamente, que envolvem estudos de caso, pesquisas documentais e pesquisas de ação. Quanto às descritivas, elas envolvem a descrição das características das amostras grandes. E, por fim, as exploratórias, cujo seu objetivo é a confirmação das hipóteses e das ideias subjacentes. Assim, e tendo em conta, os tipos de classificações inerentes, esta investigação, baseia-se no tipo de estudo exploratório, usando-se um surveys, em forma de inquérito por questionário para aferir as percepções dos participantes inquiridos.

.Na figura 1, encontra-se apresentada as diferentes fases da presente pesquisa.

Figura 1: Fases de trabalho de investigação



Fonte: Elaboração própria

3.1 Questão de investigação, objetivos e modelo de análise

O objetivo geral deste trabalho é compreender os desafios colocados ao setor turístico do alojamento local decorrentes do cenário pandémico do Covid-19.

Neste sentido, a pergunta que conduziu o processo de investigação foi: *Quais os novos desafios decorrentes do cenário pandémico do Covid-19 (2020-2022), colocados ao setor turístico em Portugal, pela perceção dos profissionais de turismo?*

Assim, os objetivos específicos são:

1. Comparar, os receios/medo na prática de atividades ligadas ao setor turístico, pela perceção dos profissionais de turismo, entre o período pandémico 2020-21 e a situação atual.
2. Entender como o setor turístico foi afetado pela situação pandémica 2020-21 segundo a perceção dos profissionais de turismo.
3. Perceber-se, na perceção dos profissionais de turismo, estes na situação pós-pandémica 2020-21 passaram a procurar prática de turismo mais sustentáveis no setor do turismo rural.
4. Compreender se, na perceção dos profissionais de turismo, o setor turístico pós-pandemia 2020-21 conseguiu oferecer melhores condições para os turistas, face às exigências do respetivo mercado (clientes).

Na sequência destes objetivos, apresenta-se o seguinte conjunto de proposições (Ps), que constitui o modelo de análise. Este teve como base a literatura pré-existente, orientando a observação do objeto empírico.

P1. No contexto pós-pandemia 2020-21 os turistas aprenderam a lidar com os medos/receios nas práticas de atividades do setor turístico. (Objetivo específico 1)

Para Neves (2021), a pandemia, trouxe a síndrome na cabana para os viajantes, em que segundo da mesma, caracteriza-se pelo facto das pessoas voltarem á vida

normal através do desconfinamento, mas que, porém, com um medo, estresse e irritabilidade. De acordo com a psiquiatra, esta síndrome, caracteriza-se pelo medo de sair de casa, sendo que após os sucessivos estados de emergência, e as suas renovações, já no período de desconfinamento, e o simples facto de sair de casa, tornara-se em uma realidade adversa. Em linha de concordância, de acordo com Montero et al (2020),

Estudos revelam que em pandemias, especialmente as que envolvem doenças infecciosas, são desencadeadas reações emocionais como o medo, a ansiedade e sintomas como stresse, preocupações com contaminação e tendência suicida, que são conhecidos por causar grandes perturbações no comportamento e no bem-estar psicológico de muitos na população. Montero et al (2020)

A prática turística, tanto o turismo rural, como não rural, acabam, assim, por enfrentar o desafio de atrair novamente as pessoas, oferecendo ofertas mais adequadas a nível de proteção e distanciamento, face à pandemia.

P2. O setor turístico foi afetado pelo situação pandémica 2020-21 quer nos níveis de empregabilidade, quer nos níveis de preferências dos consumidores. (Objetivo específico 2)

O paradigma da escassez de mão-de-obra, intensificou-se após a pandemia, em vários tipos de turismo, inclusive para o turismo rural. Para Mendes (2023), atualmente, este tipo de turismo, enfrenta desafios como a empregabilidade, em que cada vez é mais difícil fixar camadas mais jovens em territórios de baixa densidade e a sazonalidade, que não garante uma estabilidade. Para o mesmo, a pandemia causou incerteza económica, com trabalhadores a serem contratados temporariamente, e salários baixos, que, por conseguinte, levou a que muitos trabalhadores dessem preferência a empregos mais estáveis. Esta situação, acaba por ser um desafio, em que se deve apostar continuamente no turismo rural. Neste contexto, Almeida e Silva (2020), acreditam que o Governo tem uma função.

The challenges faced by companies operating in the tourism sector are complex and can be considered in the short- and long-term perspectives. In the short term, it is important for these companies to have the liquidity to meet expenses, especially with employees

and suppliers. Breaking these agreements may lead to chain losses which then become unsustainable. The government has a key role to play here in finding innovative solutions to legislate and support companies financially. (Almeida & Silva, 2020, p.442).

Graças á pandemia, muitas empresas do setor turístico, passaram por graves dificuldades. Sendo que, para Almeida e Silva (2020), o governo acaba por ter um papel importante na recuperação.

P3. Decorrente da situação pandémica 2020-21 os turistas que preferem a filosofia do turismo rural, pela possibilidade de um maior isolamento, passaram a dar mais preferência a um turismo com práticas mais sustentáveis. (Objetivo específico 3)

Para Silva (2022), os números observados no INE, demonstram que face às várias modalidades de alojamento, o TER, foi o que teve impactos menos negativos, o que leva à perceção de que os turistas, face à pandemia, procuram cada vez mais, por destinos não massificados, e que este tipo de destinos irá aumentar, uma vez que podem oferecer experiências únicas de qualidade aos viajantes e com baixo risco; sendo os lugares rurais, com poucos aglomerados de pessoas, mais ligados à natureza, e mais seguros à propagação de doenças. O turismo rural apresenta níveis de risco de menor contágio social, e assim, consequentemente, aumenta o grau de confiança dos consumidores, o que pode vir a levar a que seja um forte alvo de procura após covid-19.

P4. O setor turístico, pós-pandemia 2020-21, começou a oferecer melhores condições para ser praticado, face às exigências do respetivo mercado. (Objetivo específico 4)

De acordo com a Escola de Turismo de Portugal (2025), o turismo rural passou de moda a fenómeno, sendo uma forte alternativa para os outros tipos de turismo praticado. Este tipo de turismo, acaba por reunir todas as características necessárias para quem quer fugir á rotina diária, num ambiente mais pausado, mais relaxado e com menos exposição à pandemia eminente. Existem práticas que já eram realizadas antes da pandemia, por exemplo o serviço do pequeno-almoço ser entregue de forma individual, e não de forma global, face às formas praticadas pelos outros tipos de turismos, o que chega a transmitir mais segurança aos consumidores, e mais controlo sanitário. Mesmo com a pandemia, este tipo de turismo

permite, usufruir de um espaço mais rural, e longe da cidade, com mais segurança e proteção, de possíveis novos casos de Covid-19. Contudo, e segundo a mesma fonte, embora estas sejam vantagens, acabam também por ser desvantagens, que se transformam em desafios. Por ser rural, acaba por ser uma prática mais sazonal, oferecem sol, ou neve, dependendo do tipo de preferência dos turistas, e, sendo que o turismo rural se encontra normalmente localizado em zonas menos habitadas, acaba por ser um desafio atrair mais pessoas com mais atividades de lazer a praticar tendo em conta o tipo de sazonalidade.

A tabela 2 apresenta a operacionalização destas proposições de investigação, fazendo-se corresponder às questões do instrumento de observação (Survey) que teve como base alguns estudos, dos seguintes autores: Almeida & Silva (2020), Antunes (2021), Fernandes (2020), Monteiro, Saveca & Tembe (2020) e Mendes (2023).

Tabela 2: Correlação entre as questões do inquérito e as hipóteses de investigação

	Questões do Survey	Proposições de Investigação			
		H1	H2	H3	H4
Perfil/Variáveis demográficas	Q1	Caraterização dos participantes			
	Q2				
	Q3				
	Q4				
	Q5				
	Q6				
Questões Gerais	Q7		X		
	Q8		X		
	Q9		X		
	Q10		X		
	Q11	X			
	Q12	X			
	Q13	X			
	Q14	X	X		
	Q15			X	
	Q16				
	Q17		X		
	Q18				X
	Q19		X		
	Q20		X		
	Q21			X	
	Q22			X	
	Q23				X
	Q24				
	Q25				X

3.2 Recolha de dados: instrumentos e procedimentos

O instrumento selecionada para o método de investigação foi o survey. Pois comparativamente a outros métodos de investigação, o survey, é um instrumento que permite alcançar um maior número de pessoas de forma rápida e eficiente, permite uma recolha e análise de dados quantitativos e qualitativos e pode ser adaptado a diferentes objetivos de pesquisa, como os tipos de questões (Ribeiro et al, 2024). Contudo, tem as suas limitações, pois o método utilizado é considerado uma amostra por conveniência, que tem a finalidade de obter respostas com maior facilidade e não permite uma análise de resultados rigorosa.

Tendo em conta o tipo de natureza desta investigação, o estudo exploratório, o instrumento usado (inquérito de opinião) incidiu na recolha de dados primários. A primeira parte do questionário visa a descrição dos inquiridos, quanto ao sexo e idade; e, a segunda parte corresponde aos objetivos da investigação.

Este survey, foi realizado através de um inquérito *online* da plataforma *Google Forms* onde, foi dirigido aleatórias às empresas de turismo, como as zonas de restauração e alojamento e por conveniência por acessibilidade dos participantes.

Os inquéritos foram administrados com a preocupação de entender quais as diferenças antes e depois da pandemia 2020-2021 no setor do turismo rural pela perceção dos profissionais de turismo. A recolha de dados primários decorreu entre os dias 1 de maio de 2025 a 31 de maio de 2025, do qual, contou com uma amostra de 171 respostas completas e válidas.

A nível estrutural (Apêndice 1), o inquérito por questionário contém uma introdução que esclarece os inquiridos com o nome e informação do investigador, bem como a finalidade da investigação. Encontra-se explícito que todos os dados recolhidos são tratados de forma anónima e exclusivamente para fins da investigação.

O questionário contou com um total de vinte cinco questões. As primeiras 6 questões de carácter sociodemográfico referente ao inquirido: idade, género, habilitações académicas, área de formação, área de atividade e quantos anos de experiência no setor turístico,

seguindo-se com vinte questões relacionadas com o setor turístico.

O inquérito foi composto por diferentes tipos de questões fechadas, sendo apresentadas questões aos inquiridos com alternativa de duas respostas, sim ou não, questões de resposta múltipla, do qual os inquiridos podiam escolher uma ou mais do que uma opção e uma questão de diferencial semântico (1-Muito negativo; 2-Negativo; 3-Médio; 4-Positivo; 5-Muito positivo). A única questão diferenciadora em relação às outras foi a questão 12, do qual, só poderia ser respondida caso o inquirido tivesse respondido “Sim” à questão 11.

Para a análise dos resultados obtidos, tendo em conta a natureza de dados, foi realizada uma análise quantitativa descritiva. Como tal, foram construídos gráficos gerados pela plataforma *Google Forms*, para facilitar a análise comparativa dos resultados obtidos; utilizando-se o Microsoft Excel para analisar e comparar as respostas obtidas.

Capítulo 4. Análise de Resultados

Este capítulo centra-se na análise da informação recolhida, através do survey/inquérito por questionário, sobre a problemática da influência da situação pandémica do Covid-19 no setor do turismo rural.

Para a questão nº 1 referente à faixa etária dos inquiridos, foram feitos intervalos de idade para facilitar o tratamento de dados e a visualização dos resultados. Dos 171 inquiridos é possível verificar que a maioria da amostra é constituída por indivíduos com faixa etária entre os 27 e os 35 anos, cerca de 76 inquiridos (44%), entre os 18 e os 26 anos, cerca de 50 (29%) e entre os 36 e os 44 anos, cerca de 29 (17%), o que representa uma amostra equilibrada entre a idade jovem e adulta. Adicionalmente, 11 dos inquiridos (6%) representam a faixa etária entre os 45 e os 53 anos, 3 (2%), têm entre 54 e 62 anos e apenas 2 (1%) têm entre os 63 e 71 anos, tal como está indicado na Gráfico 6.

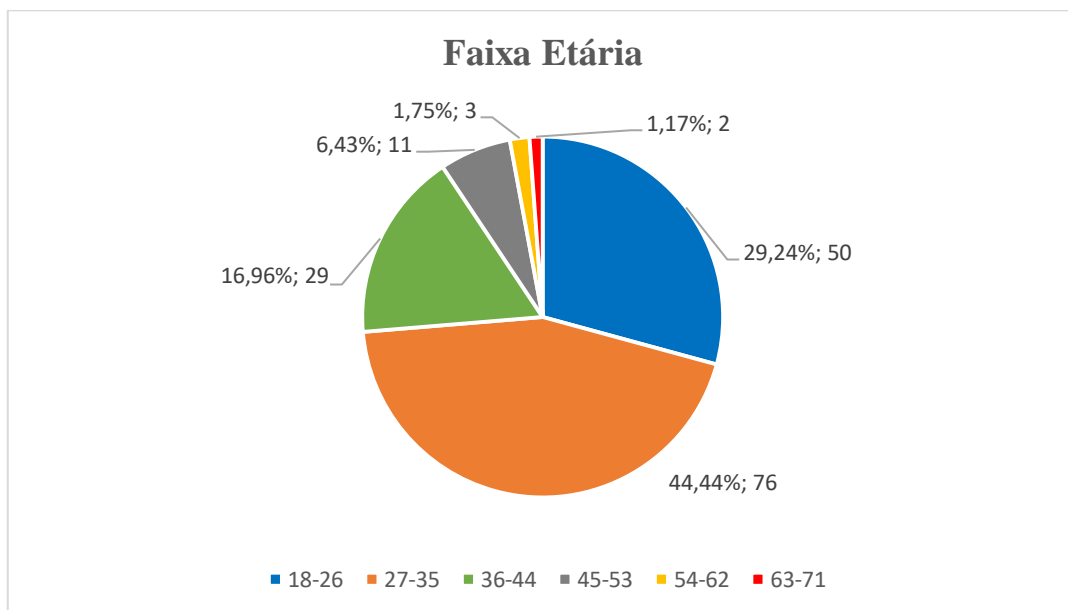


Gráfico 6: Distribuição dos inquiridos por faixa etária

É possível observar no Gráfico 7 que 129 dos inquiridos (75%) são do género masculino e cerca de 42 (25%) são do sexo feminino.

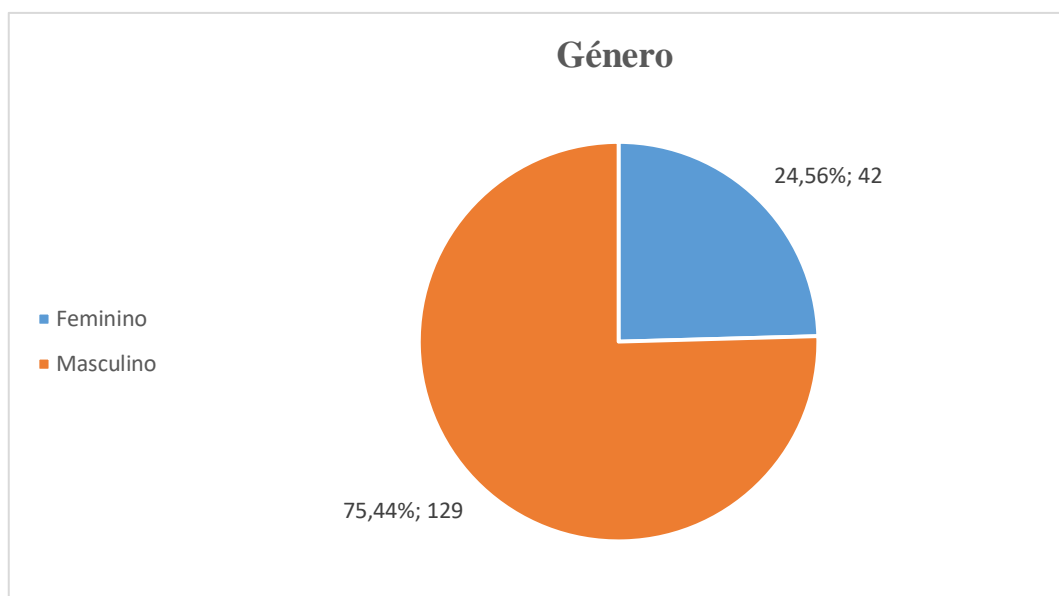


Gráfico 7: Distribuição dos inquiridos por género

De seguida, observou-se a distribuição dos inquiridos em relação às suas habilitações académicas.

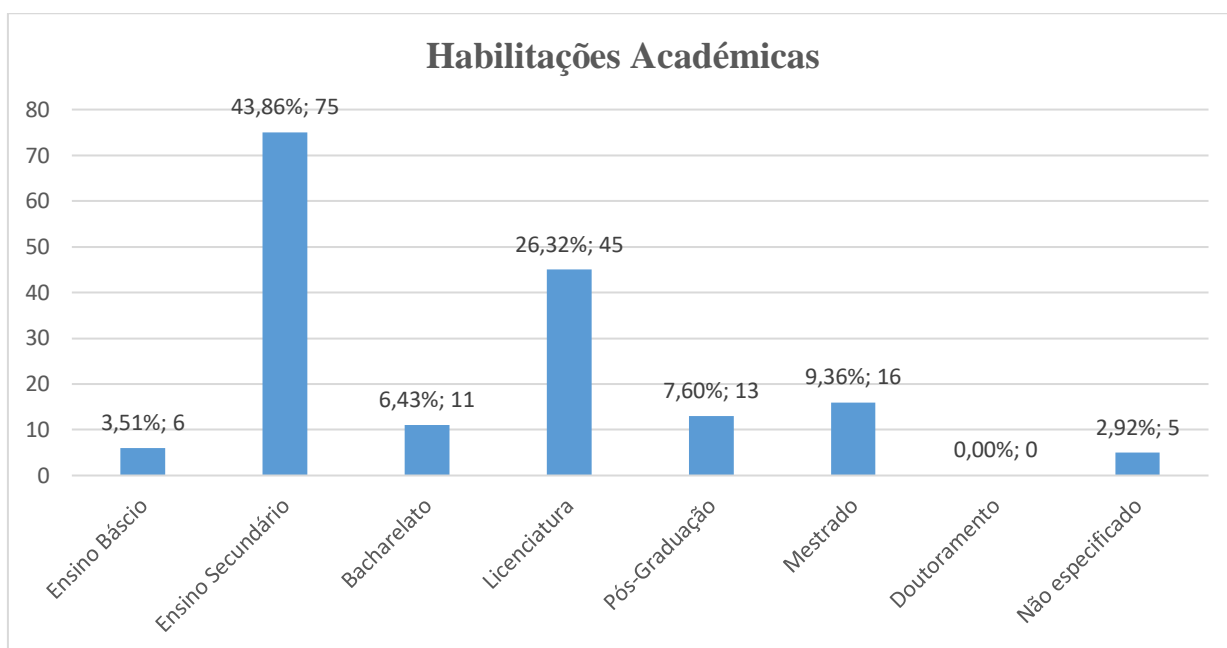


Gráfico 8: Habilidades acadêmicas dos inquiridos

Como indica o Gráfico 8, a maior parte dos inquiridos possui o ensino secundário, cerca de 75 inquiridos (44%) e uma licenciatura, cerca de 45 (26%). Adicionalmente, cerca de 16 (9%) dos inquiridos possui um mestrado e 13 (8%) possuem uma pós-graduação. Por sua vez, a restante da amostra está distribuída por apenas 11 (6%) dos inquiridos que possuem um bacharelato, 6 (4%) que possuem o ensino básico e 2 (3%) inquirido não especificado.

A maioria da amostra, cerca de 70 (41%) não especificou a sua área de formação. De seguida, a área mais predominante é a área de Economia e Gestão que representa 52 (30%) dos inquiridos. Verificou-se ainda, um equilíbrio entre as áreas de Ciências Humanas e Sociais que representa 25 (15%) dos inquiridos e as áreas de Artes e Humanidades com 24 (14%) dos inquiridos. (Gráfico 9)

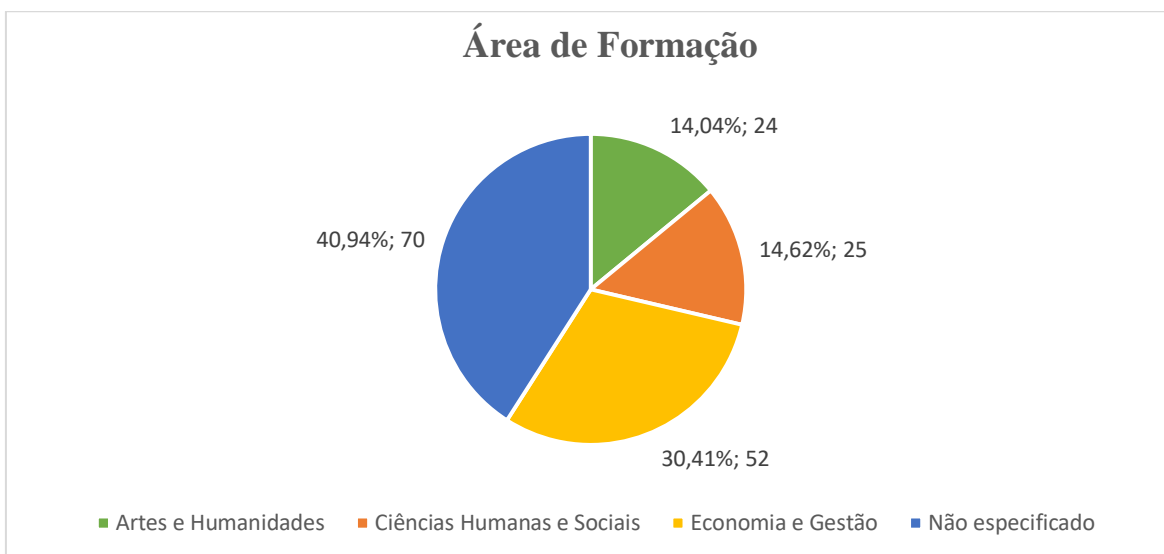


Gráfico 9: Área de formação dos inquiridos

Como se pode constatar no Gráfico 10, o mesmo remete-nos para a área de atividade em que os inquiridos estão inseridos. Destaca-se um equilíbrio entre 69 (40%) dos inquiridos que são da área de alojamento turístico e 68 (40%) da área de restauração. Sendo ainda, que cerca de 34 (20%) da amostra trabalha ou já trabalhou nas duas áreas de atividade.

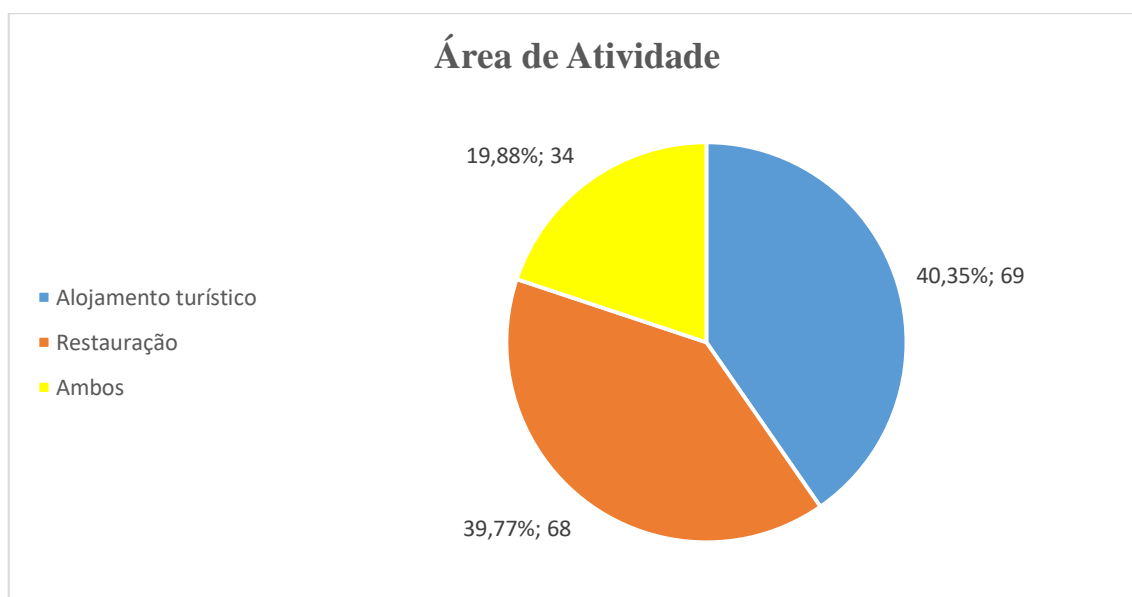


Gráfico 10: Distribuição dos inquiridos pela área de atividade

Através do Gráfico 11 é possível verificar que 33 (19%) dos inquiridos afirmam ter menos de 1 ano de experiência profissional no setor turístico. Também 33 (19%) da amostra têm entre 5 a 10 anos de experiência profissional e 32 (19%), têm 10 anos de experiência. A maioria das respostas está mais centralizadas entre uma experiência de 1 a 5 anos, com cerca de 73 (43%) dos inquiridos.

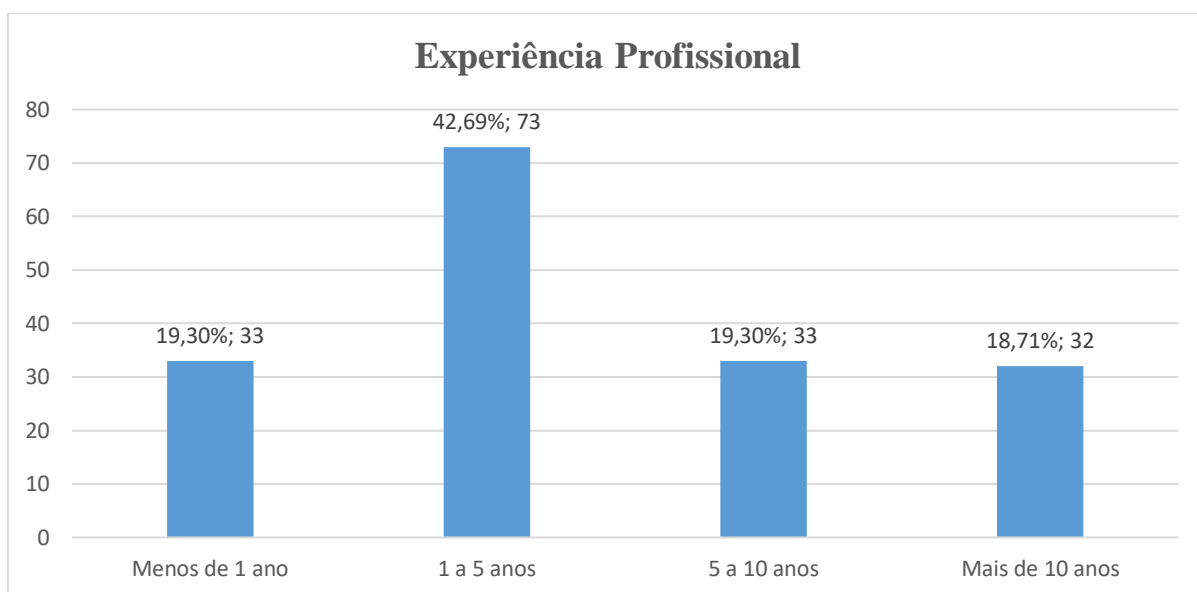


Gráfico 11: Experiência profissional no setor turístico

A questão 7 aborda os inquiridos de que forma sentem que a pandemia afetou o seu local de trabalho.

Tal como se pode constatar no Gráfico 12, a maioria dos inquiridos esteve inclinado para duas opções, sendo que o fecho temporário com cerca de 77 (45%) de respostas foi a mais selecionada e de seguida, a redução significativa de clientes, com 68 (40%). Por outro lado, uma parte significativa da amostra, 21 (12%), respondeu que o aumento de custos operacionais foi o que mais sofreu alterações. Por último, 5 (3%) da amostra selecionou outra opção que não estava contemplada nas outras opções, como a não afetação no local de trabalho e outra que afetou positivamente com mais fluxos de clientes.

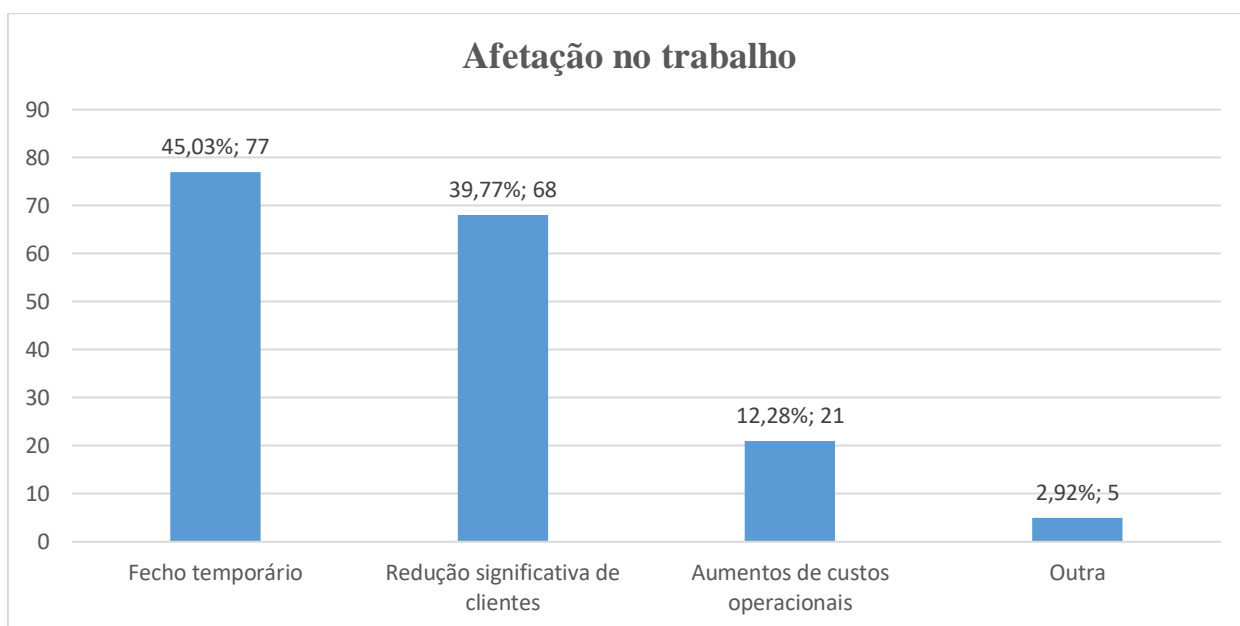


Gráfico 12: Mudanças no local de trabalho devido à pandemia

A questão 8 remete para o Gráfico 13, em que os inquiridos tinham a opção de selecionar, uma ou mais do que uma opção, relativamente à principal medida adotada pela empresa onde trabalha ou trabalhava durante o período de restrição.

A principal medida selecionada foi a adoção de protocolos de segurança (higienização, distanciamento, etc.), com cerca de 108 dos inquiridos (50%), seguindo-se a redução de pessoal com 62 (29%) da amostra selecionar esta opção e 40 (18%), demonstrar que o aumento de vendas *online* foi a medida adotada.

No questionário, os inquiridos tinham ainda uma outra opção de escolha, da qual, poderiam acrescentar uma outra mudança que não estivesse mencionada, elegendo três mudanças: fecho temporário, fecho do estabelecimento e mudança de horários, com 7 (3%) das pessoas, acrescentar essas mudanças que houveram no seu local de trabalho.

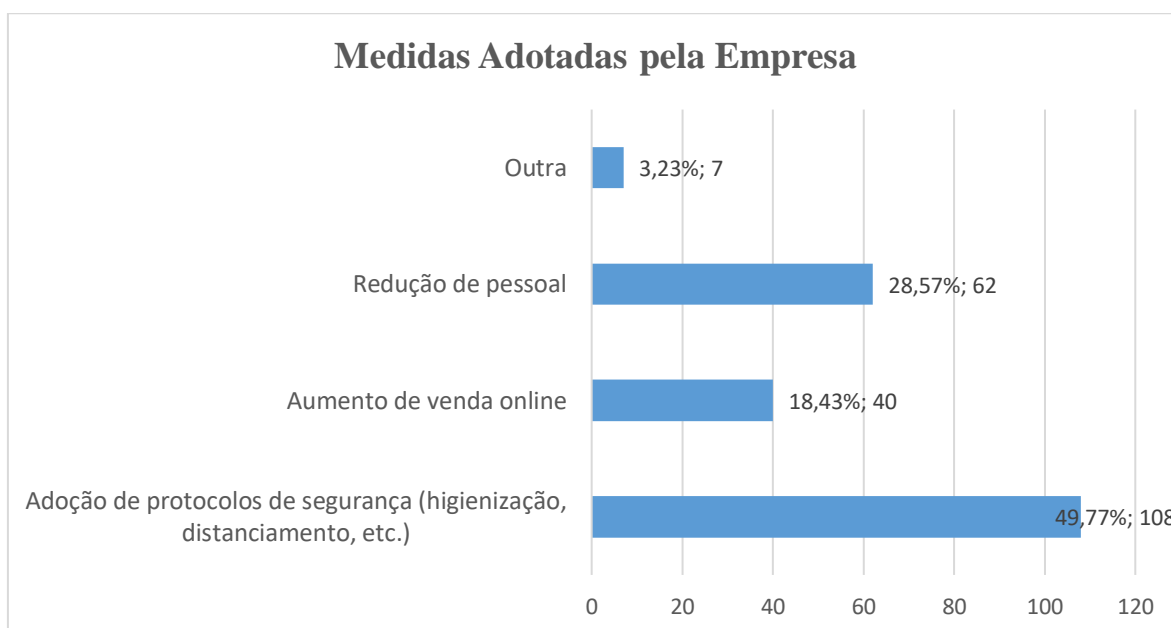


Gráfico 13: Medidas adotadas durante o período de restrição no local de trabalho

A questão 9 questiona os inquiridos se o seu local de trabalho encerrou durante o período de confinamento.

Como se pode observar no Gráfico 14, 72 (42%) dos inquiridos, viram o seu estabelecimento de trabalho encerrar parcialmente, demonstrando que apesar do período de confinamento, a empresa tentava continuar o seu dia-a-dia com as devidas restrições.

Por outro lado, cerca de 62 (36%) dos inquiridos, viram o seu estabelecimento encerrar durante esse período e 37 (22%), continuaram a trabalhar, pois não houve encerramento.

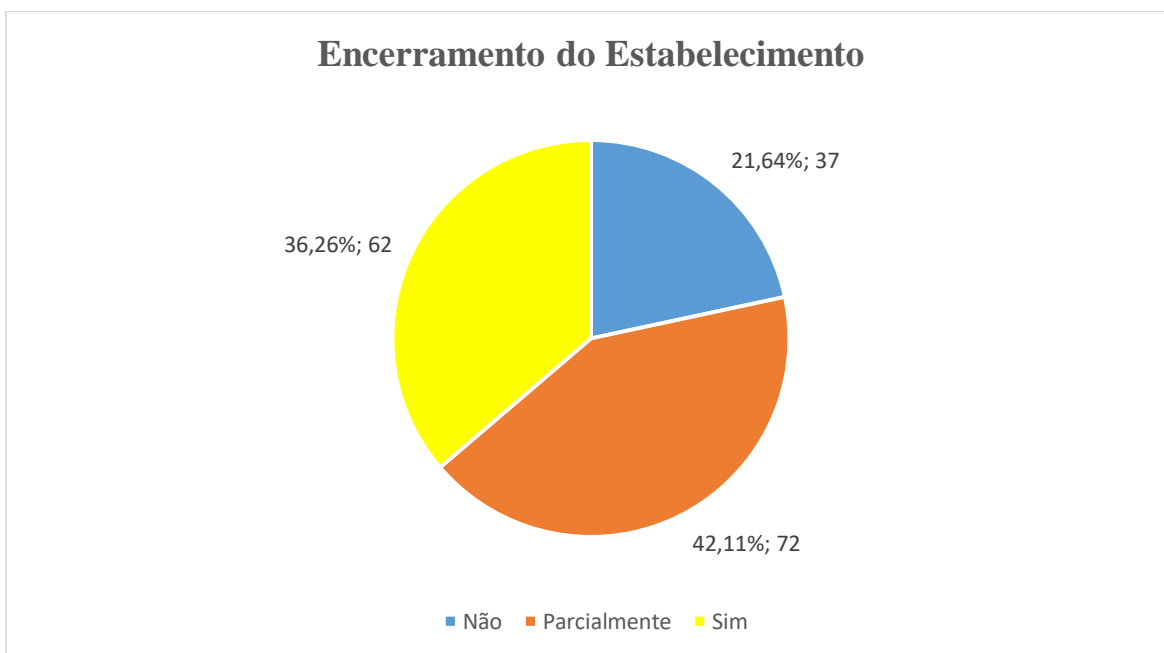


Gráfico 14: Encerramento do estabelecimento durante o período de confinamento

Tal como a questão 8, os inquiridos na questão 16 também tinham a opção de selecionar, uma ou mais do que uma opção. Esta questão é referente à principal dificuldade que a empresa enfrentou durante a pandemia.

Como se pode constar no Gráfico 15, a principal dificuldade encontrada foi a falta de fluxo de clientes, com 177 (55%) da amostra selecionar esta opção. De seguida, o aumento de custos com medidas sanitárias, com 61 (29%) dos inquiridos optaram por esta dificuldade e 32 (15%), optaram pelos problemas com fornecedores.

Os inquiridos tinham ainda opção de selecionar outra dificuldade que não tivesse descrita nas opções, sendo que os 2 (1%) dos inquiridos optaram por eleger a tesouraria como a principal dificuldade.

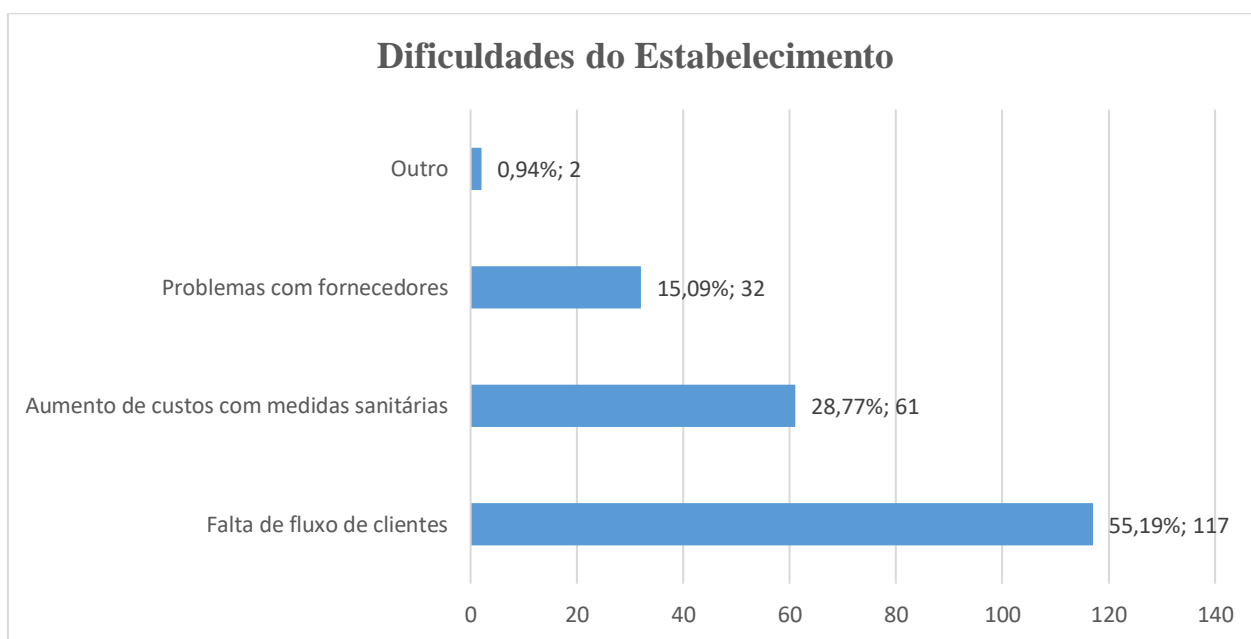


Gráfico 15: Principal dificuldade enfrentada pela empresa durante a pandemia

A questão 11 pretende apurar se existiu mudanças comportamentais por parte dos clientes desde o início da pandemia. Tal como se pode observar no Gráfico 16, a maioria da amostra, cerca de 132 (77%), comprovaram que existiu mudanças no comportamento dos clientes face à pandemia, contudo, cerca de 39 (23%) dos inquiridos, não verificaram mudanças.

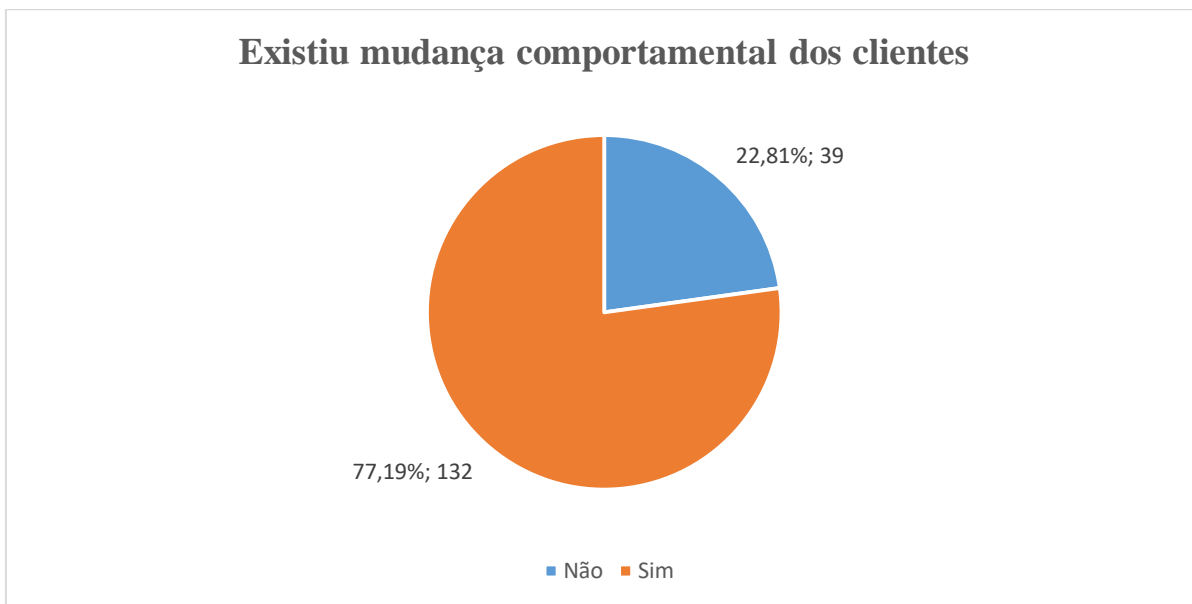


Gráfico 16: Mudanças comportamentais dos clientes desde o início da pandemia

A questão 12 foi a única pergunta diferenciadora no questionário, pois só inquiridos que tivessem respondido “Sim” à questão anterior (11), poderiam responder a esta questão. O objetivo desta questão passou por perceber, dentro das hipóteses descritas no Gráfico 17, quais os comportamentos que os inquiridos consideraram que se alteram por parte dos clientes.

Dentro de todas as hipóteses, o comportamento mais eleito por parte dos inquiridos, com cerca de 86 (54%) de respostas, foi a preferência por parte das pessoas, optaram por opções de delivery/takeway na área de restauração. O aumento da procura de serviços de higiene e segurança na área de hotelaria e a menor frequência de viagens e lazer, são os outros dois comportamentos mais selecionados pelos inquiridos, com cerca de 39 (25%) e 31 (20%), respectivamente, optaram por estas duas hipóteses. Por outro lado, cerca de 3 (2%) da amostra, selecionou “outra” hipótese, elegendo a falta de paciência e empatia com os trabalhadores.

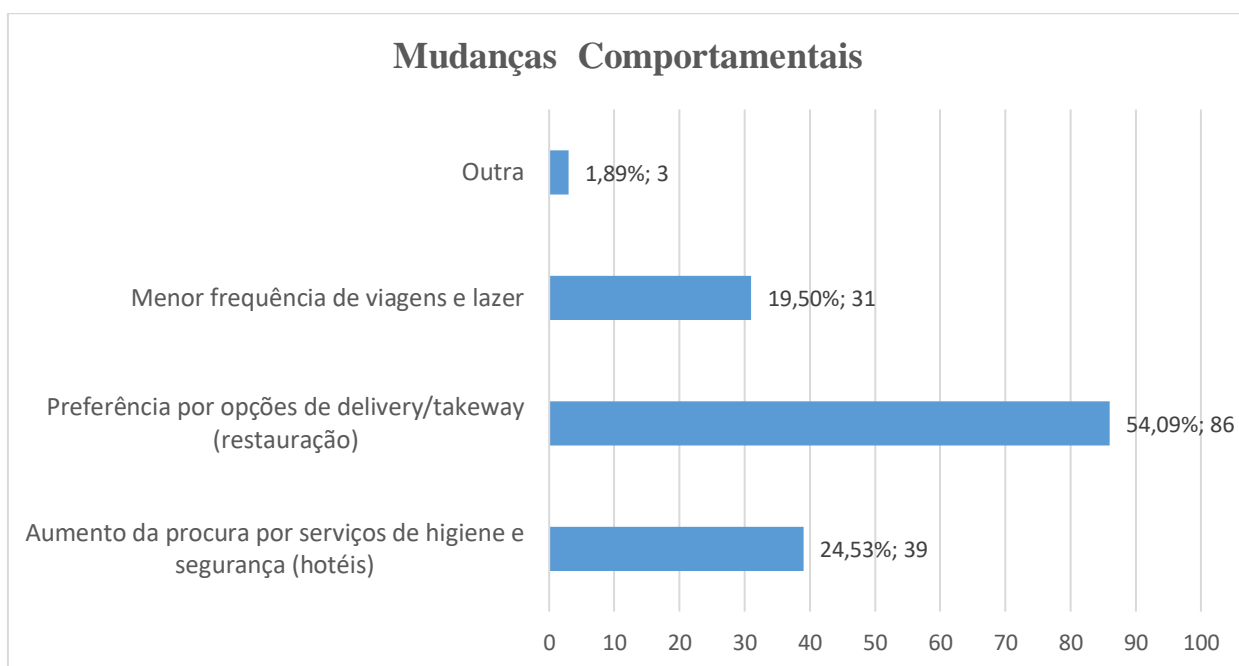


Gráfico 17: Hipóteses de mudanças comportamentais por parte dos clientes

A questão 13 pretende compreender por parte dos trabalhadores da área do turismo, se sentiram mudanças dos clientes face às medidas de higienização e segurança.

Como se verifica no Gráfico 18, cerca 81 (40%), sentiu de forma moderada as mudanças comportamentais dos clientes face às normas de higiene e segurança, 69 (30%), sentiram de forma significativa e por outro lado, 21 (12%) dos inquiridos não sentiram mudanças significativas.

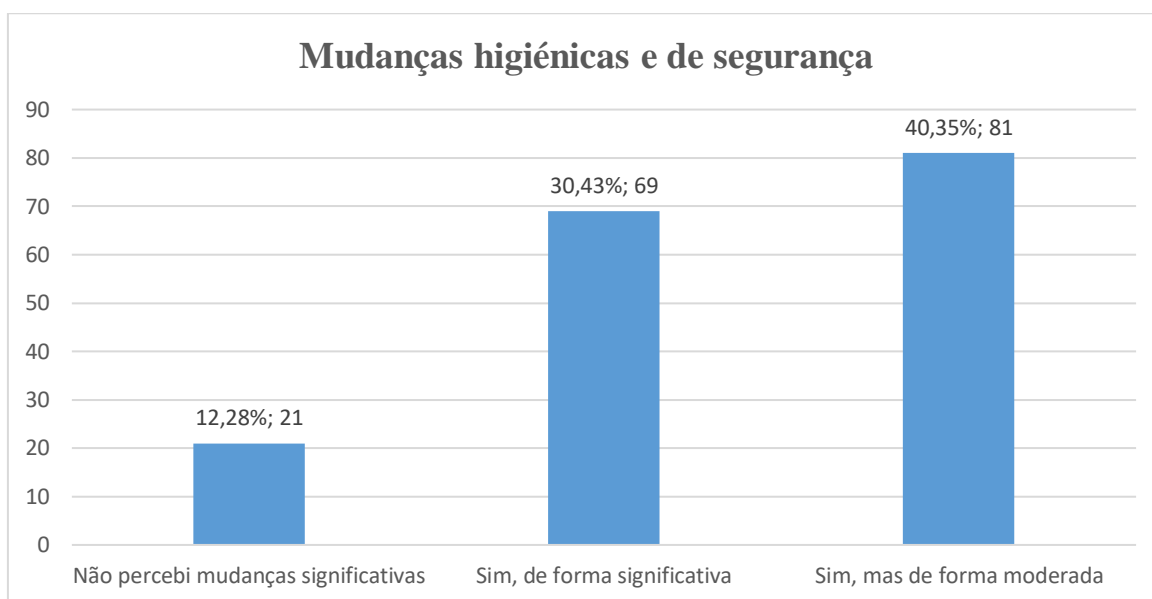


Gráfico 18: Mudanças dos clientes em relação à higiene e segurança

A questão 14 questiona os inquiridos, se de alguma forma existiu mudança por parte dos clientes na procura e/ou na reserva de hotéis e/ou restaurantes durante a pandemia.

O Gráfico 19, demonstra que a esmagadora maioria, cerca de 132 (77%) da amostra, sentiram que os clientes preferiam fazer reservas *online*. Sendo que, por outro lado, cerca de 39 (23%) dos inquiridos, não sentiram essa mudança por parte dos clientes.

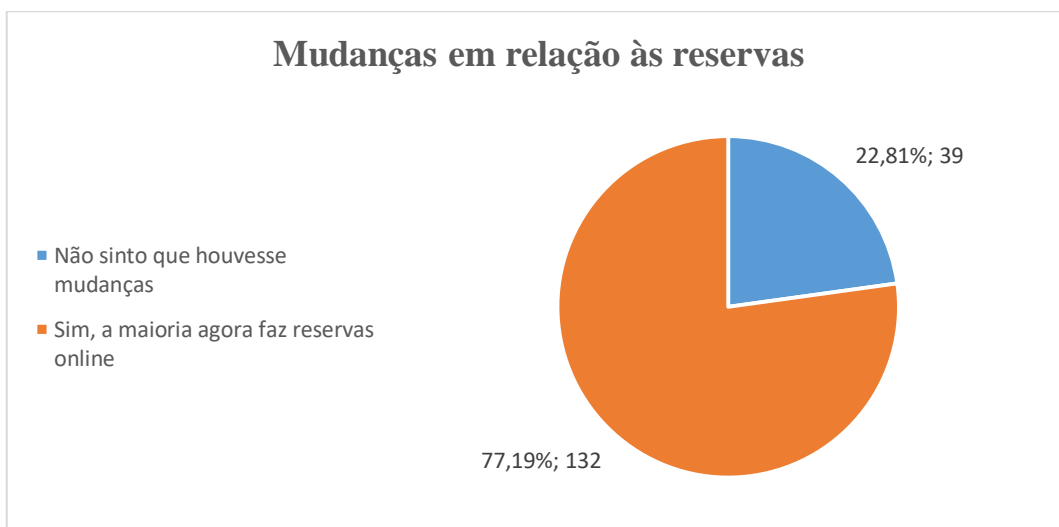


Gráfico 19: Mudanças comportamentais dos clientes na procura e reserva de hotéis e restaurantes

De acordo com as respostas obtidas à questão 15, esta pretende observar o ponto de vista dos inquiridos, se os impactos financeiros da pandemia afetaram a sustentabilidade das empresas ligadas ao setor do turismo.

Como ilustra o Gráfico 20, cerca de 107 (63%), sentiram que as empresas sobreviveram com ajustes mas com dificuldades financeiras e 56 (33%), as empresas ficaram com maiores dificuldades financeiras. Por outro lado, apenas 8 (5%) da amostra, não sentiram quaisquer afetações financeiras dentro das suas empresas.

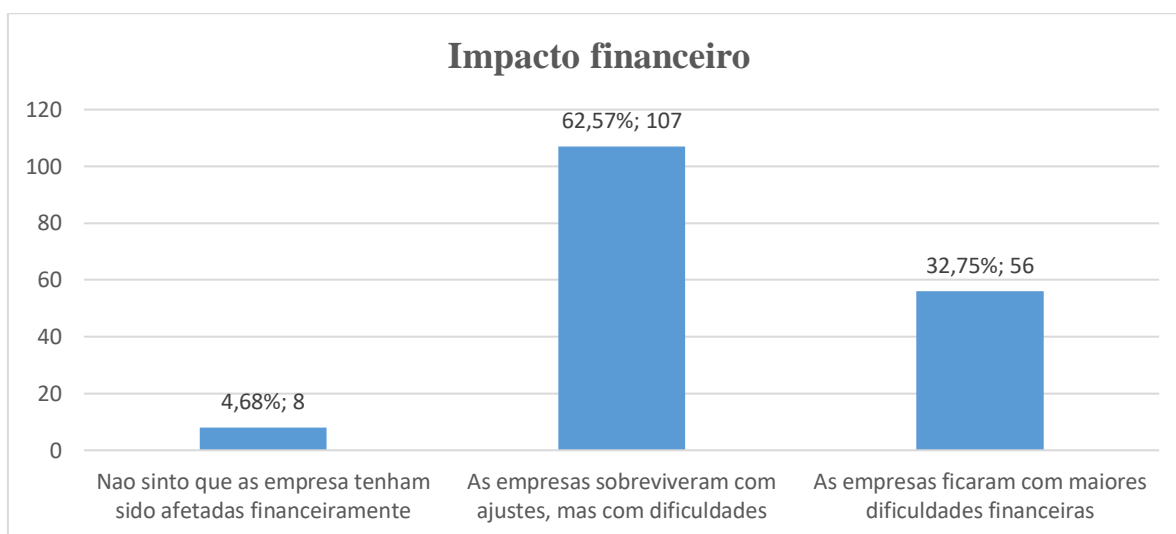


Gráfico 20: Afetação dos impactos financeiros nas empresas

Em relação à questão 16, os inquiridos foram questionados se no seu local de trabalho a empresa recorreu a algum tipo de apoio financeiro durante a pandemia.

O Gráfico 21 mostra que que 76 (44%) dos inquiridos, afirmam que a sua empresa não recorreu a nenhum apoio financeiro, pelo menos do seu conhecimento. Por outro lado, verificou-se que 68 (40%) da amostra, afirmou que a sua empresa recorreu a apoios auxiliados pelo governo e através de empréstimos bancários, tal como, respondem 27 (16%) dos inquiridos.

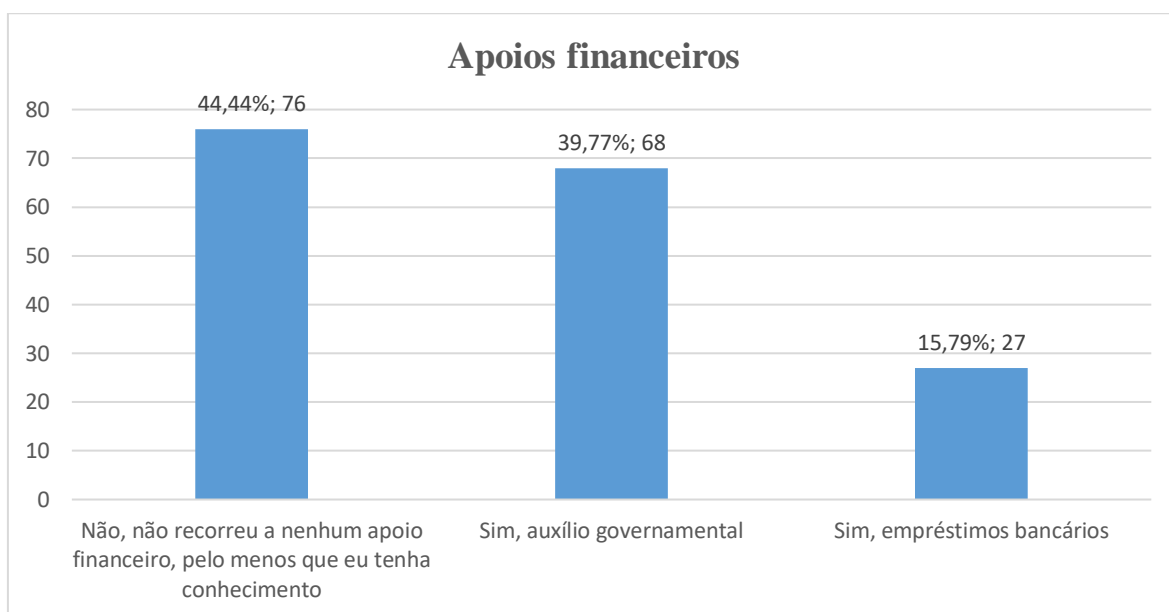


Gráfico 21: Apoios financeiros durante a pandemia

No que diz respeito à questão 17, esta pretendia compreender se as empresas recuperaram completamente dos impactos que a pandemia provocou.

Como se pode constatar no Gráfico 22, 7 (4%) dos inquiridos, afirmam que a sua empresa não recuperou e do lado oposto, 82 (48%), afirmam que houve recuperação mas foi lenta. Cerca de 28 (16%) da amostra, verificaram que a sua empresa recuperou mas foi um período difícil e cerca de 54 (32%), dos inquiridos afirmam que recuperou em um curto período de tempo.

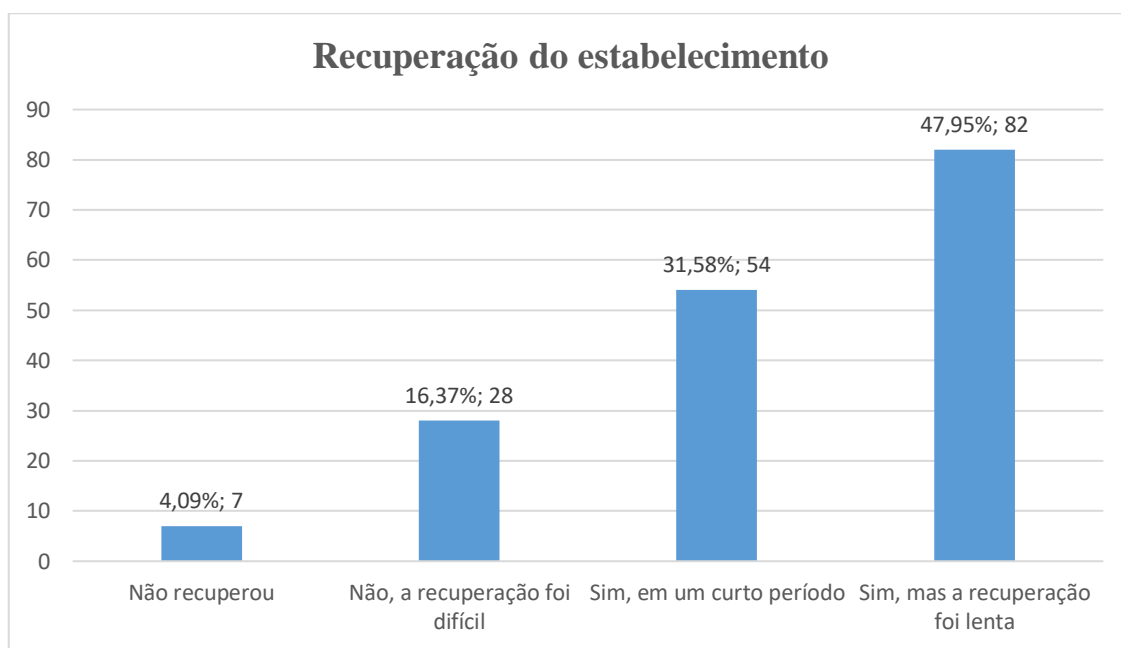


Gráfico 22: Recuperação do local de trabalho face à pandemia

As novas tecnologias estão presentes em vários setores, sendo o turismo uma delas. Desta forma, a questão 18 questiona os inquiridos se no seu local de trabalho, a sua empresa implementou novas tecnologias e/ou sistemas de gestão durante a pandemia.

Como ilustra o Gráfico 23, 74 (43%) dos inquiridos afirmam que sim, através de novas formas de pagamento, como o contactless e outras aplicações e 59 (35%), também afirmam que sim, através de novos sistemas de reservas *online*. Por outro lado, cerca de 38 (22%), da amostra, afirmam que não houve mudanças tecnológicas significativas no seu local de trabalho.

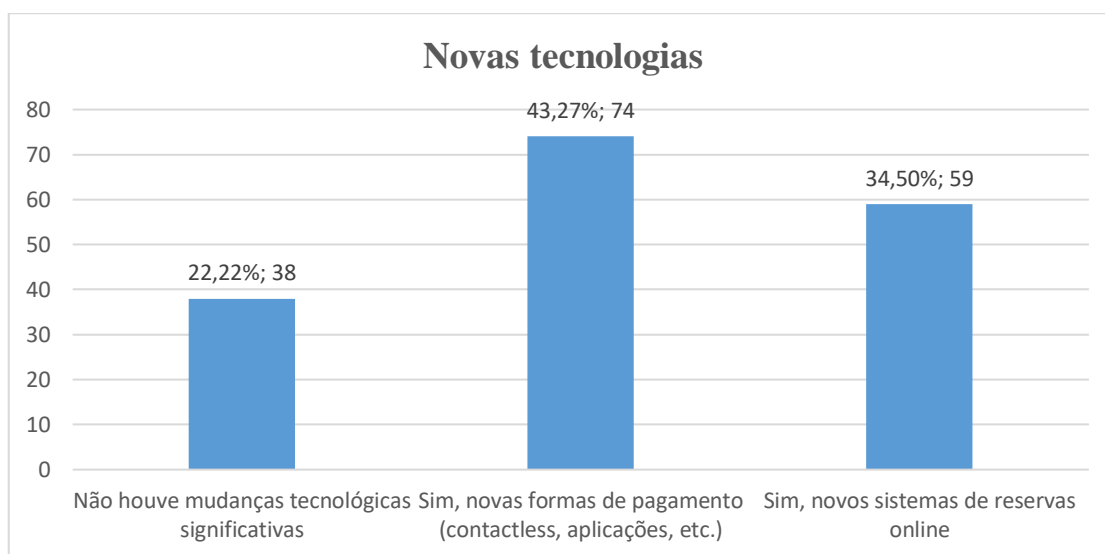


Gráfico 23: Novas tecnologias no setor do turismo

A questão 19, pretendia compreender se houve alguma mudança de gestão de pessoal durante a pandemia.

Tal como se verifica no Gráfico 24, 78 (46%) dos inquiridos afirmam que houve uma reorganização interna, 63 (37%), que houve uma redução significativa de pessoal e por outro lado, 30 (18%), afirmam que não existiu qualquer tipo de mudanças a nível de gestão de pessoal.

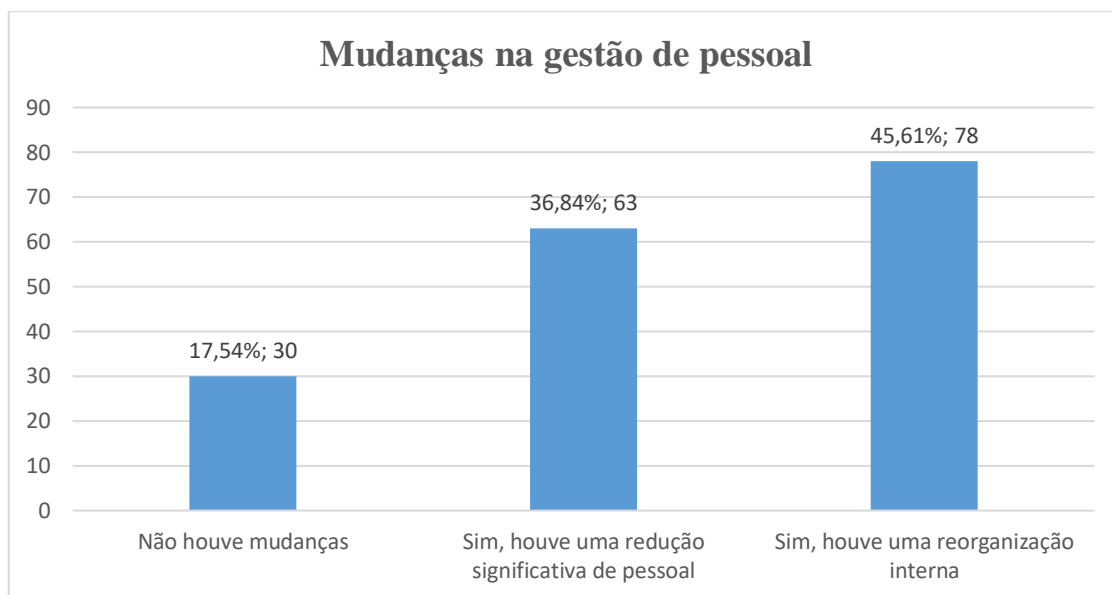


Gráfico 24: Mudanças de gestão de pessoal

Como complemento da questão 19 em relação à gestão com o pessoal no local de trabalho, a questão 20 pretende saber que existiram mudanças a nível de horário.

Como se pode observar no Gráfico 25, 61 (36%), afirmam que não existiu mudanças de horários durante a pandemia. Por outro lado, 42 (25%), afirmam que houve ampliação de horário e ainda 68 (40%), afirmam que houve redução de horários no trabalho durante a pandemia.

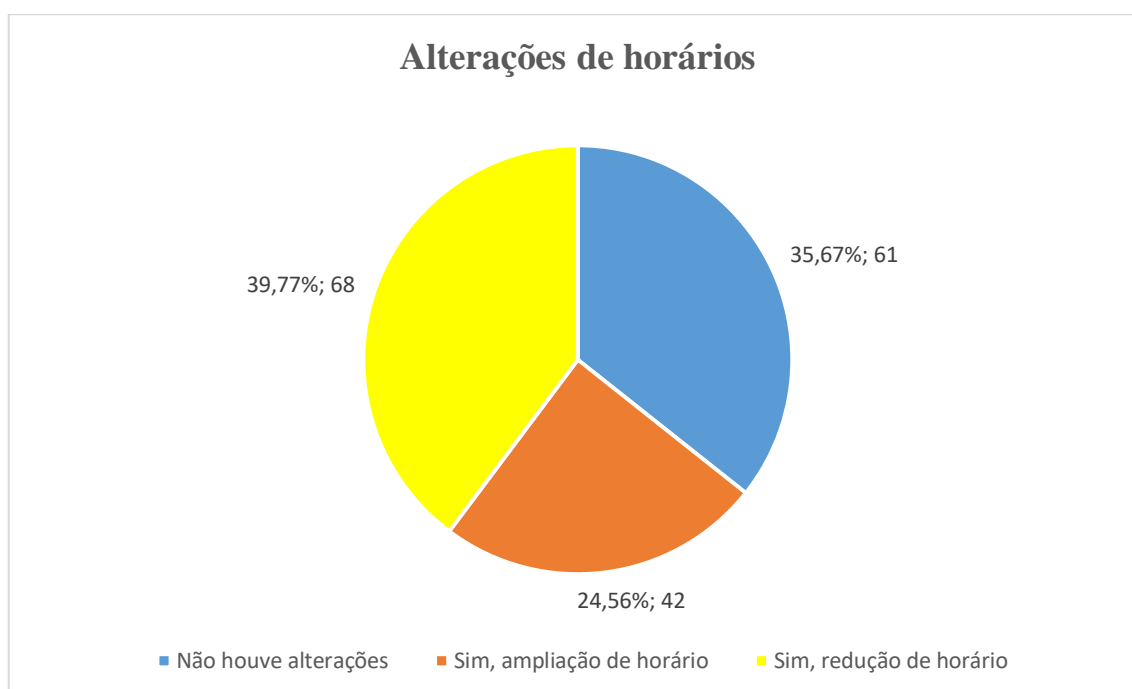


Gráfico 25: Mudanças de horários

A questão 21, visa compreender quais as mudanças que os trabalhadores acreditaram que são permanentes no setor do turismo devido à pandemia.

Como se verifica no Gráfico 26, o aumento de medidas de segurança e higiene, com 69 (40%) e maior digitalização e automação 63 (36%), foram as mudanças mais escolhidas pelos inquiridos que serão permanentes no setor daqui em diante. Por último, com cerca de 40 (23%) da amostra a demonstrar que as mudanças nos tipos de serviços oferecidos como

o delivery e os menus digitais, são a mudança menos permanente, tendo em conta as hipóteses descritas.

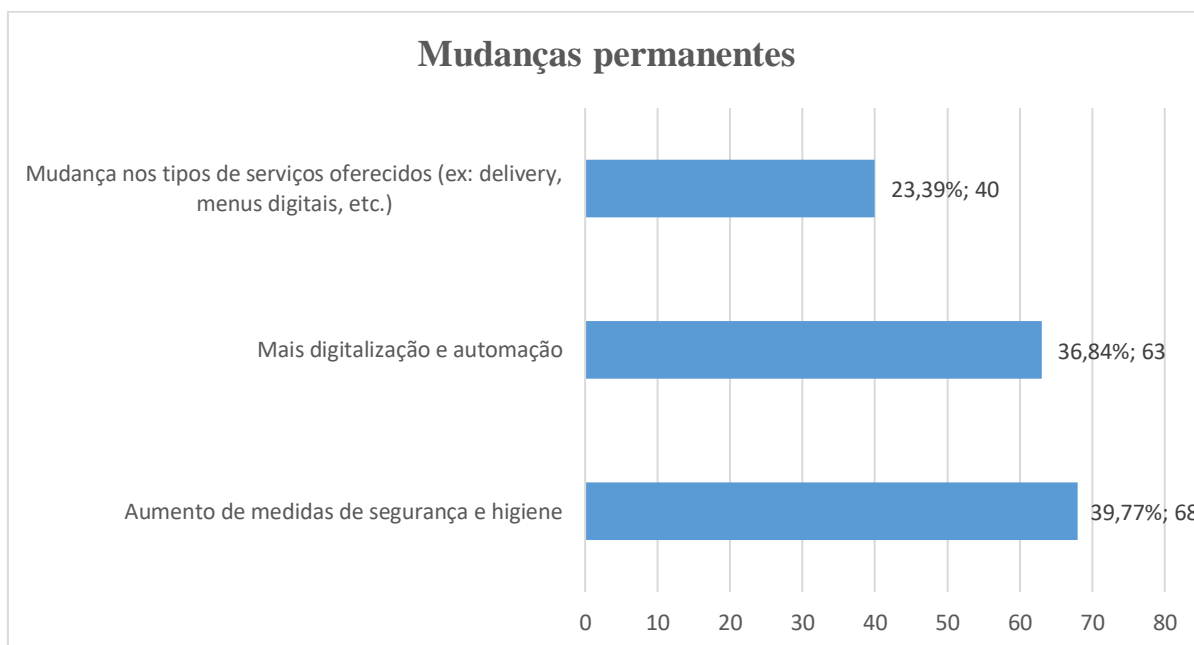


Gráfico 26: Mudanças permanentes no setor do turismo

Em relação à questão 22, a mesma visa compreender qual a opinião dos inquiridos em relação à sustentabilidade e ao futuro do turismo na após pandemia.

O Gráfico 27 apresenta que cerca de 120 (70%) dos inquiridos, afirmam que o turismo voltará a crescer mesmo estando a “conviver” com a pandemia, cerca de 43 (25%) acreditam que o turismo demorará a recuperar, até ao estado antes da pandemia e com 8 (5%) da amostra a afirmam que o turismo não voltará aos níveis anteriores.

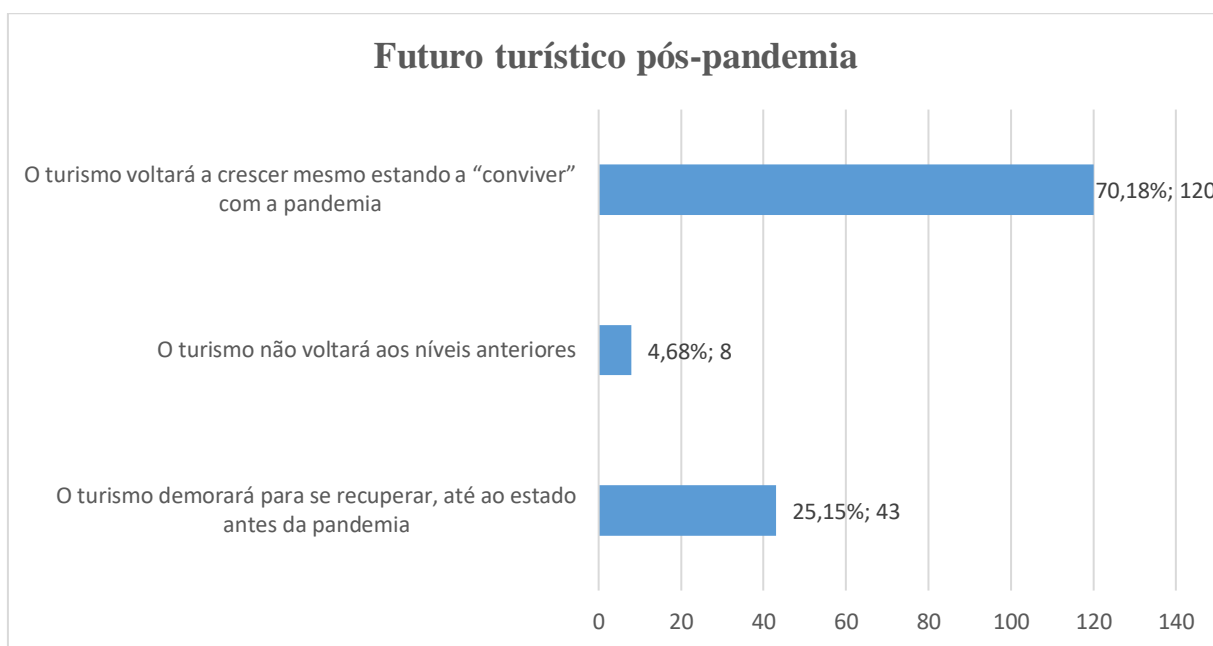


Gráfico 27: Futuro do setor turístico após pandemia

A questão 23 tem como objetivo compreender se a pandemia trouxe novas oportunidades de inovação do setor do turismo.

Como se pode observar no Gráfico 28, a esmagadora maioria, cerca de 110 (64%), afirmam que foram criadas novas oportunidades de negócios apesar da pandemia. Por outro lado, 42 (25%), acredita que a pandemia foi apenas um desafio para todos nós e 19 (11%) da amostra não tem a certeza que houve ou não novas oportunidades de inovação.

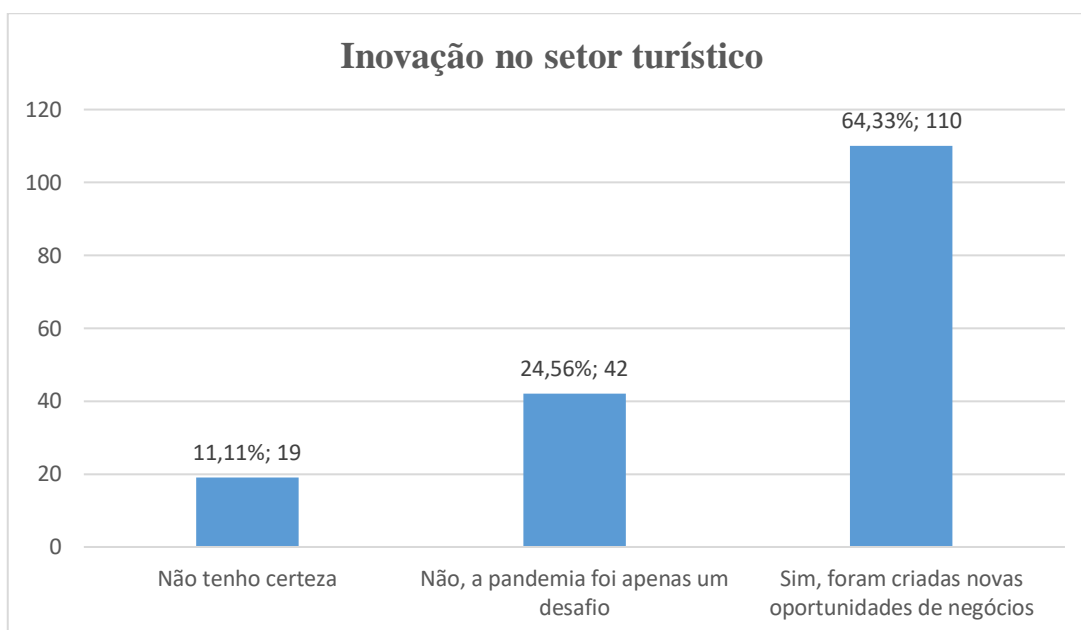


Gráfico 28: Novas oportunidades de inovação no setor turístico

A questão 24 foi elaborada de acordo com uma escala de diferencial semântico de 5 níveis, em que a categoria 1 representa um inquirido que avalia como “Muito Negativa” o apoio do governo face às dificuldades enfrentadas pelas empresas no setor turístico e 5 “Muito Positiva” o mesmo apoio.

Através do Gráfico 29 é possível verificar que 19 (19%) dos inquiridos afirmaram que não houve qualquer apoio governamental e no extremo oposto, cerca de 13 (7%) demonstram que houve um apoio muito positivo do governo. A maioria das respostas está mais centralizadas nas opções intermédias, sendo que cerca de 33 (19%) dos inquiridos acreditam que houve pouco apoio, 28 (16%) um apoio governamental positivo e a maior parte da amostra, cerca de 78 (46%), concentra-se no nível médio, o grau 3. De um modo geral, há mais respostas nos graus 2, 3 e 4, correspondendo 81% da amostra, do que, os níveis 1 e 5 que representa apenas 19%.

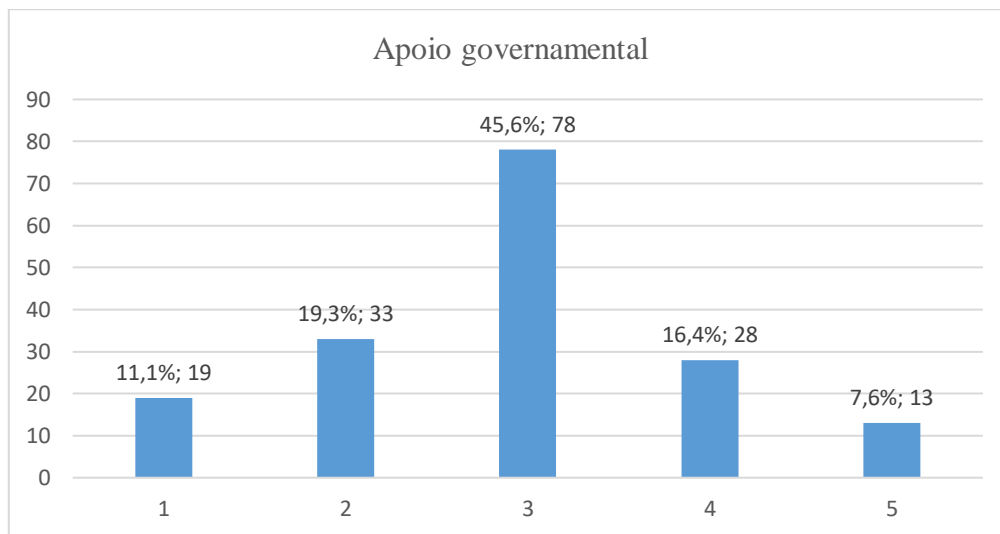


Gráfico 29: Apoio governamental

A última questão do questionário, a número 25, questiona os inquiridos se a sua empresa está preparada para enfrentar futuras crises semelhantes, após a experiência da pandemia.

Como demonstra o gráfico 30, 94 (55%) dos inquiridos, concordam que a sua empresa está preparada para enfrentar futuras crises, 45 (26%) dos inquiridos, não têm a certeza e 32 (19%), não acham que sua empresa está preparada para que tal aconteça.

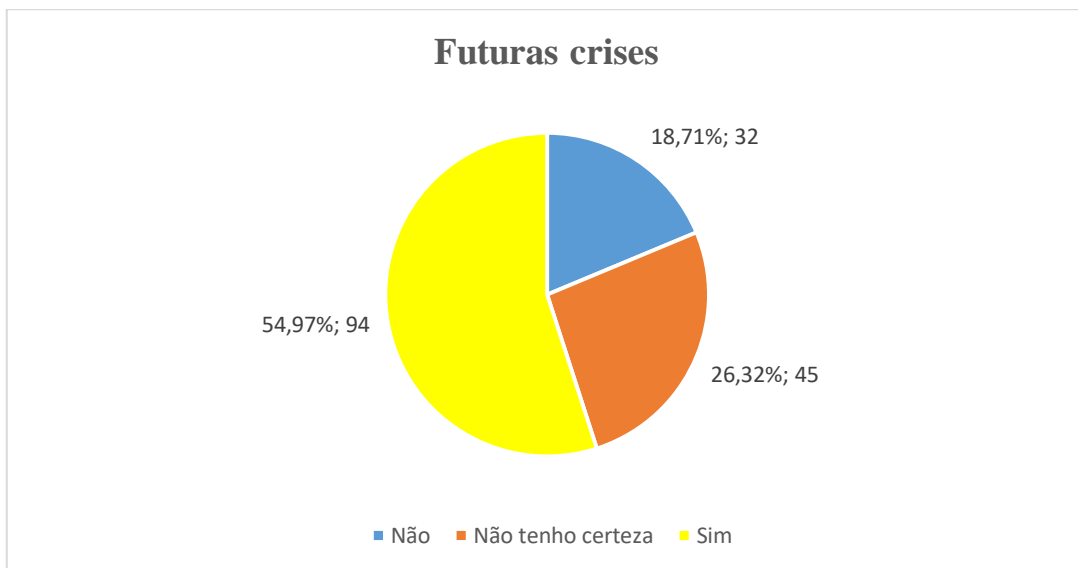


Gráfico 30: Futuras crises semelhantes à pandemia

Capítulo 5. Análise das proposições

Após uma primeira fase de análise de resultados do survey por questionário, o objetivo deste capítulo, centra-se na interpretação dos dados recolhidos das 171 respostas do questionário acerca dos novos desafios, decorrentes dos cenários pandémico do Covid-19 (2020-2021), que as unidades de turismo enfrentarem em Portugal, correlacionando-os com as proposições de investigação, previamente formuladas para o estudo.

As primeiras questões foram importantes para traçar o perfil da amostra, de forma a identificar as suas características. Pode-se constatar que a maioria da amostra enquadra-se no sexo masculino. A idade dos inquiridos é um fator importante, do qual, se verificou que a taxa de resposta incidu entre os 27 e os 35 anos, e existiu um equilíbrio entre os 36 e os 44 anos e os 18 e os 26 anos. Como tal, esta taxa de resposta foi importante, pois conseguiu-se tirar ilações tanto do lado dos mais jovens, como do lado dos adultos. Em relação ao grau académico o mais hegemónico foi o ensino secundário e o grau de licenciatura.

De seguida, apresentam-se as análises de cada uma das proposições de investigação formulada para o presente trabalho.

5.1 P.1. No contexto pós-pandemia 2020-21 os turistas aprenderam a lidar com os medos/receios nas práticas de atividades do setor turístico.

Através da análise das respostas do inquérito por questionário é possível constatar que uma significativa maioria da amostra (77%) reconhece que o comportamento dos turistas mudou desde o início da pandemia Covid-19. Esta observação é um indicador importante de que a pandemia impactou diretamente as atitudes e práticas dos consumidores no setor turístico. Ao detalhar as mudanças comportamentais, observou-se que os serviços de higiene e segurança nos hotéis (25%) e as viagens e lazer (20%) são dados destacáveis, pois indicam que a amostra adota práticas mais cautelosas devido ao receio do contágio, reduzindo as atividades turísticas. A amostra reforça ainda a preferência de utilizar os serviços de delivery/takeway (54%), pois assim evitam um ambiente onde possa existir maior contacto social.

Para além disso, a grande maioria da amostra (71%), percebeu mudanças significativas ou moderadas nas expectativas dos turistas em relação à higiene e segurança, o que demonstra que os clientes passaram a priorizar a sua saúde e bem-estar. Estes dados revelam uma vez mais, que os turistas estão mais conscientes em considerarem ao realizar práticas turísticas.

Destaca-se novamente a utilização de serviços *online*, pois a maioria da amostra (77%) indica a preferência de utilizar as reservas online, minimizando o contacto social e um comportamento de prevenção.

Desta forma, os resultados apresentados mostram estar alinhados com a proposição de investigação, indicando uma mudança comportamental dos turistas, com a redução de viagens e a valorização da higiene e segurança, o que concluí que a hipótese é aceite.

5.2 P.2. O setor turístico foi afetado pela situação pandêmica 2020-21 quer nos níveis de empregabilidade, quer nos níveis de preferências dos consumidores.

Os resultados apresentados mostram que uma maioria expressiva dos inquiridos indicam que o seu local de trabalho sofreu através do fecho temporário (45%) e uma redução significativa dos clientes (40%). Estes dados expressam uma forte perturbação operacional nas empresas do setor turístico, refletindo com a diminuição da atividade turística.

Para além disso, a questão 8 reforça essa perceção, pois metade dos estabelecimentos (50%) adotou medidas rigorosas de segurança (50%) e 29% a redução de pessoal, evidenciando o impacto negativo na empregabilidade do setor turístico. A diminuição de pessoal é também confirmada através da questão 19, dos quais, 37% indicaram uma redução significativa de pessoal e 46% indicaram uma reorganização interna.

Em relação ao encerramento dos estabelecimentos, houve um encerramento parcial ou total durante o período de confinamento, com 42% dos locais fechados parcialmente e 36% encerrados totalmente. Devido a essas consequências, agravou as dificuldades das empresas, principalmente pela falta de fluxos de clientes (55%), o aumento dos custos relacionados com as medidas sanitárias (29%) e problemas com os fornecedores (15%).

No que diz respeito às preferências dos consumidores, a mudança comportamental é evidente, pois 77% dos inquiridos reconhecem alterações na forma de procurar e/ou reservar hotéis e restaurantes, optando a maioria por utilizar os serviços *online*. Estas alterações reforçam uma adaptação das pessoas em relação às exigências de higiene e segurança.

Apesar das dificuldades que as empresas enfrentaram, a recuperação foi gradual, pois 50% afirmou que recuperaram mas de forma lenta e por outro lado, 16% indicou uma recuperação difícil. Estes dados demonstram que o setor turístico sentiu efeitos prolongados. Para além disso, de forma a recuperar, existiu alterações horárias dos colaboradores, sendo que no caso de 40% dos inquiridos houve a redução horária e para 25% um aumento da carga horária, adaptando assim, as condições do mercado com as questões operacionais de cada estabelecimento.

Com os resultados apresentados, é possível concluir que a pandemia teve um impacto no setor turístico, tanto pela redução significativa de pessoal e de estabelecimentos, como em relação às preferências e comportamentos dos consumidores, o que permite concluir que esta proposição é aceite.

5.3 H.3. Decorrente da situação pandémica 2020-21 os turistas preferem a filosofia do turismo rural, pela possibilidade de um maior isolamento, passaram a dar mais preferência a um turismo com práticas mais sustentáveis.

Para a análise desta hipótese de investigação, os dados observados estão relacionados com o impacto financeiro durante a pandemia, as mudanças no setor do turismo e a sustentabilidade e o futuro do turismo

Os resultados do inquérito indicam que a maioria dos inquiridos (63%), indicaram que as empresas do setor turístico sobreviveram com ajustes mas enfrentaram dificuldades financeiras. Contudo, por outro lado, cerca de 33% os estabelecimentos turísticos tiveram maiores dificuldades financeiras. Estes dados refletem um setor fragilizado que teve de se adaptar para garantir a sustentabilidade a longo prazo.

No que diz respeito às mudanças permanentes durante a pandemia, 40% da amostra indicaram o aumento de medidas de segurança e higiene e 37% apontou uma vez mais para o aumento dos serviços *online*, através da digitalização e automação e aos tipos de serviços, como o *delivery* e os menus digitais (23%). Apesar desta transformação tecnológica no setor turístico, estes dados não refletem uma preferência explícita pelo turismo isolado e sustentável.

Na perspetiva dos consumidores, em relação à sustentabilidade e o futuro do setor no após pandemia, é possível destacar que o turismo voltará a crescer mesmo estando a “conviver” com a pandemia (70%). Contudo, apesar de mostrarem uma visão otimista para o futuro do turismo, uma vez mais, os dados apresentados não especificam se esse crescimento está direcionado para um turismo isolado e sustentável.

Apesar dos dados indicarem que o setor está a adaptar-se às novas exigências de higiene, segurança e transformação digital, não há evidências diretas que os consumidores dão preferência por um turismo mais isolado e sustentável. Desta forma, é possível concluir que esta proposição é rejeitada.

5.4 H.4. O setor turístico, pós-pandemia 2020-21, começou a oferecer melhores condições para ser praticado, face às exigências do respetivo mercado.

A maioria dos consumidores, referiu que as empresas implementaram mudanças tecnológicas durante a pandemia (78%), incluindo novas formas de pagamento, como o contactless (43%) e os sistemas de reservas online (35%). Estas inovações tecnológicas indicam que o setor turístico adotou medidas para reduzir o contacto físico e o aumento de segurança dos clientes, reforçando condições favoráveis para a prática do turismo durante a pandemia.

De forma a dar uma maior concordância ao referido anteriormente, cerca de 64% dos inquiridos concordaram que a pandemia trouxe novas oportunidades de inovação no setor do turismo, reforçando a adaptação e resiliência das empresas perante os desafios impostos pelo Covid-19.

Para além disso, mais de metade dos inquiridos (55%), acredita que as suas empresas estão mais preparadas para enfrentar possíveis crises semelhantes após a experiência do Covid-19, indicando um fortalecimento interno da capacidade de resposta e continuidade das operações no turismo.

Como tal, os dados sugerem que o turismo conseguiu adaptar-se face às novas exigências e condições impostas pela pandemia, através da inovação tecnológica e reorganização interna, o que concluí que esta proposição é aceite.

5.5 Resultados da análise do corpo de proposição de investigação

Sucintamente, a Tabela 3 apresenta os resultados aceites ou rejeitados de cada uma das proposições de investigação.

Tabela 3: Validação das hipóteses de investigação

Proposição de Investigação	Descrição da Proposição	Resultado
Proposição 1	Os turistas vivem agora com medo de praticar atividades turísticas face à pandemia.	Aceite
Proposição 2	O turismo no seu geral, inclusive o rural, foi afetado pela situação pandémica 2020-21, a níveis de empregabilidade e a níveis de preferências dos consumidores	Aceite
Proposição 3	Os amantes de práticas turísticas, agora dão preferência a um turismo mais isolado e sustentável.	Rejeitada
Proposição 4	O turismo rural oferece boas condições para ser praticado durante a pandemia.	Aceite

Sumariamente, tendo em conta a pergunta de investigação “*Quais os novos desafios decorrentes do cenário pandémico do Covid-19 (2020-2022), colocados ao setor turístico em Portugal, pela perceção dos profissionais de turismo?*” concluiu-se mudanças significativas no comportamento dos turistas, como a preferência por serviços *online* e a valorização de higiene e segurança e a adoção de medidas por parte das empresas de turismo, como as alterações de horários, o fecho ou não do estabelecimento e a recuperação após pandemia.

Capítulo 6. Conclusão

O último capítulo centra-se em apresentar uma síntese da investigação desenvolvida, recuperando novamente a questão de investigação. Como tal, são mencionadas as considerações finais, os principais contributos da investigação, as limitações da investigação e as sugestões de futuras investigações.

6.1 Considerações Finais

Como referido no decorrer da investigação, o principal objetivo da investigação incidiu em compreender e analisar a influência e os desafios decorrentes da pandemia do Covid-19 no setor do turismo em Portugal entre 2020 e 2021. Como tal, a análise focou-se nos desafios enfrentados pelas empresas turísticas durante o período pandémico, as alterações comportamentais e preferências dos turistas, nas consequências operacionais para os estabelecimentos turísticos e na adaptação tecnológica das empresas.

O capítulo 2 serviu como base para a elaboração do inquérito por questionários através de uma extensa revisão da literatura de vários documentos científicos sobre o tema, com o intuito de responder à questão de investigação apresentada e alcançar conclusões referentes ao estudo.

A maioria da amostra deste estudo reconheceu mudanças significativas no comportamento dos turistas, nomeadamente a preferência por serviços *online* e na valorização da higiene e segurança como fatores decisivos na escolha de destinos e atividades dos consumidores. Como tal, torna-se imperativo adaptar o turismo para o caso de existir futuros contextos pandémicos.

Os dados retirados do survey por questionário demonstraram que as empresas turísticas sofreram fechos temporários e perda significativa de consumidores, o que as levou a adotar medidas, como a redução de pessoal e uma reorganização interna. A empregabilidade foi severamente afetada, pois com as alterações dos horários dos trabalhadores, com a redução e o aumento da carga horária, conforme as necessidades operacionais de cada um dos estabelecimentos. Apesar da recuperação após pandemia ter sido considerada lenta e/ou difícil,

registrou-se mudanças evidentes dos consumidores na forma de procurar e reservar os serviços turísticos.

Embora para os consumidores tenha existido um aumento de práticas de higiene e segurança e uma aceleração da automação de serviços, não foi possível identificar evidências claras que comprovem uma preferência explícita dos consumidores em relação ao turismo rural e sustentável. Embora a recuperação seja positiva para os inquiridos, esta recuperação não está relacionado com o turismo rural e sustentável, o que abre espaço para futuras investigações direcionadas para o comportamento turístico nesse mesmo contexto.

A adaptação dos estabelecimentos turísticos no contexto pandémico foi reconhecido, pois para os inquiridos a pandemia trouxe oportunidades de inovação e capacidade para enfrentar possíveis futuras crises. O turismo rural, pelas suas características de menor concentração de pessoas e privatização, revelou-se compatível com as exigências do distanciamento social e das práticas de atividades seguras; mostrando, assim, uma alternativa para o turismo em tempo pandémicos.

Por fim, a investigação permitiu concluir que o Covid-19 teve um impacto multidimensional no turismo, alterando os comportamentos, operações e estratégias das empresas. O que permitiu adaptar o turismo a esse contexto, possibilitado operar de forma segura, resiliente e aproximar-se com as novas exigências dos consumidores.

6.2 Principais contribuições da investigação

Ao longo da investigação, foi possível verificar que o turismo é uma temática importante e explorada por diferentes autores e estudos, e que o mercado turístico é altamente volátil, pois é influenciado por fatores externos, como a economia, a saúde pública, o bem-estar e as tendências sociais.

Através da análise dos dados recolhidos, foi possível analisar os principais desafios enfrentados pelas empresas turísticas durante o período pandémico, nomeadamente a redução da atividade turística, as alterações nos hábitos e preferências dos turistas e os efeitos sobre a empregabilidade a organização dos estabelecimentos.

Este estudo evidenciou uma mudança significativa nos comportamentos dos consumidores, como o aumento da preocupação com a higiene e segurança, a preferência pelas reservas *online*, a redução de viagens e atividades turísticas, enaltecendo que a pandemia alterou o padrão tradicional de procura no setor.

Este estudo contribui ainda para o conhecimento científico ao testar hipóteses sobre o comportamento turístico em contexto pandémico, oferecendo evidências empíricas sobre o impacto do Covid-19 no turismo, preenchendo uma lacuna relacionada com o turismo sustentável e as preferências dos turistas no pós-pandemia.

Os resultados obtidos fornecem informações úteis para os gestores do setor turístico, nomeadamente o planeamento de estratégias que valorizam a segurança e bem-estar dos consumidores e a inovação tecnológica, o que poderão orientar para um turismo mais sustentável.

6.3 Limitações da investigação

Em relação às limitações deste estudo, a primeira limitação apresentada diz respeito à representatividade da amostra recolhida através do inquérito por questionário. Este tipo de amostra é considerada uma amostra por conveniência, pois tem apenas a finalidade de obter dados com maior facilidade. Os participantes selecionados tiveram como base contactos pessoais, dentro do setor turístico, como a restauração e o alojamento, e partilhados entre cada um dos locais de trabalho, com o objetivo de aumentar a rapidez da recolha de respostas. Porém, este tipo de amostra utilizado não permite que seja feita uma análise de resultados mais rigorosa tendo em conta a sua natureza.

A segunda limitação diz respeito ao *surveys*/inquérito por questionário, pois a ausência de questões mais relacionadas com um turismo rural e mais sustentável, limitou captar importantes experiências dos inquiridos e da obtenção de dados suficientes. Da mesma forma, a recolha de dados não permitiu um estudo mais robusto, como possíveis comparações, do antes, do durante e o após pandemia.

Uma outra limitação está relacionada com apenas a utilização de uma metodologia de investigação, pois com outro método de estudo, os dados analisados e as conclusões obtidas poderiam ser mais fiáveis e credíveis à realidade do setor turístico.

6.4 Sugestões para futuras investigações

Para futuras investigações, seria interessante pegar nas limitações referidas anteriormente de forma a permitir resultados mais generalizáveis, abrangendo um maior número de amostra e também a utilização de outro método de investigação.

Seria também aliciante aprofundar este estudo, através de uma segmentação detalhada por regiões do país, possibilitando uma análise territorial comparativa entre as diferentes zonas do turismo. Para além disso, como referido nas limitações, analisar a evolução temporal dos impactos da pandemia, com uma abordagem longitudinal com dados antes, durante e o após pandemia.

Um outro estudo interessante seria uma comparação, apenas do após pandemia, entre o turismo e o turismo rural, o que permitia uma comparação de possíveis mudanças comportamentais e preferências dos consumidores entre estes dois tipos de turismo.

Referências Bibliográficas

- Alhaddad, M. (2018). *Artificial Intelligence in Banking Industry: A Review on Fraud Detection, Credit Management, and Document Processing*. Obtido de https://researchberg.com/index.php/rrst/article/view/37/ai_finance
- Almeida, F., & Silva, O. (2020). *The Impact of COVID-19 on Tourism Sustainability: Evidence from Portugal*, pp. 440-446. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/348593318_Almeida_F_Silva_O_2020_The_Impact_of_COVID-19_on_Tourism_Sustainability_Evidence_from_Portugal_Advances_in_Hospitality_and_Tourism_Research_AHTR_8_2_440-446
- Almeida, N. (2016). A importância da metodologia científica através do projeto de pesquisa para a construção da monografia. *Revista de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 2(1), 57-66. Obtido de <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/92/67>
- Alt, M., Vizeli, I., & Saplacan, Z. (2021). Banking with a Chatbot – A Study on Technology Acceptance. *Studia Universitatis Babe-Bolyai Oeconomica*, 66(1), 13-35. doi:<https://doi.org/10.2478/subboec-2021-0002>
- Ammous, S. (2016). *Blockchain Technology: What is it good for?* Obtido de https://elsevier-ssrn-document-store-prod.s3.amazonaws.com/16/08/31/ssrn_id2832751_code2588027.pdf?response-content-disposition=inline&X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEGsaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIQcWkTWII98MBTt0JUXZNZwGG0jX3QGocgUZ1lfF7Mdl6AlgQRVzfPO27aM
- Trigueiro, K. (2020). Novas tendências do consumidor de turismo na nova economia. Obtido de <https://silo.tips/download/novas-tendencias-do-consumidor-de-turismo-na-nova-economia>
- Antunes, A. (2021). *Compreensão do contexto pandémico causado pelo COVID-19 nas organizações em Portugal: Aplicação e extensão do modelo HAPA*. (Dissertação de Mestrado), ISCTE, Lisboa, Portugal. Obtido de https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23262/1/master_ana_te
- Anwar, F., Khan, B., Kiah, M., Abdullah, N., & Goh, K. (2022). A Comprehensive Insight into Blockchain Technology: Past Development, Present Impact and Future Considerations. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(11). doi:<https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.01311101>

- Asmare, D., Gedefaw, F., & Birara, J. (2023). *Blockchain Technology: Understanding its Meaning, Architecture, and Diverse Applications*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/373236964_Blockchain_Technology_Understanding_its_Meaning_Architecture_and_Diverse_Applications
- Bahrammirzaee, A. (2010). A Comparative Survey of Artificial Intelligence Applications in Finance: Artificial Neural Networks, Expert System and Hybrid Intelligent Systems. *Neural Computing and Applications*(8). doi:<https://doi.org/10.1007/s00521-010-0362-z>
- Banco Central Europeu. (17 de 3 de 2024). *Como é que o BCE supervisiona os bancos que utilizam tecnologia financeira?* Obtido de <https://www.bankingsupervision.europa.eu/about/ssmexplained/html/fintech.pt.html>
- Banco de Portugal . (23 de 3 de 2024). *Banco Mundial destaca iniciativa de SupTech do Banco de Portugal*. Obtido de <https://clientebancario.bportugal.pt/pt-pt/noticias/banco-mundial-destaca-iniciativa-de-suptech-do-banco-de-portugal>
- Banco de Portugal. (20 de 3 de 2024). *Banco de Portugal [Web Site]*. Obtido de <https://www.bportugal.pt/>
- Sousa e Silva (2006, p.51) citado por Pleterski (2010, p.38). Base Nacional de Dados Bibliográficos - PORBASE [Web Site]. Obtido de https://porbase.bnportugal.gov.pt/ipac20/ipac.jsp?session=B76F8652D6906.73274&profile=porbase&uri=link=3100018~!718136~!3100024~!3100022&aspect=basic_search&menu=search&ri=93&source=~!bnp&term=Silva%2C+Ant%C3%B3nio+Sousa+e&index=AUTOR
- Banco de Portugal. (16 de 4 de 2025). *Impacto da COVID-19 na economia portuguesa em 2020*. Obtido de <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/noticias/633>
- Banco de Portugal. (s.d.). *Banco de Portugal*. Obtido de <https://www.bportugal.pt/>
- Banco Santander Totta. (15 de 3 de 2024). *O que é a inteligência artificial e que impacto tem no dia a dia?* Obtido de <https://www.santander.pt/salto/inteligencia-artificial-o-que-e>
- Bhagwani, S., & G, P. (2020). Financial and Non Financial Applications of Blockchain. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(6). doi:<https://doi.org/10.35940/ijitee.F4117.049620>
- Bibel, W. (2014). Artificial Intelligence in a historical perspective. *AI Communications*, 27(1), 87-102. doi:<https://doi.org/10.3233/AIC-130576>
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. Reino Unido: Oxford University Press. Obtido de <https://dorshon.com/wp-content/uploads/2017/05/superintelligence-paths-dangers-strategies-by-nick-bostrom.pdf%20P%C3%A1gina%2022-29>

- Brandl, B., & Hornuf, L. (2017). Where Did Fintechs Come from, and Where Do They Go? The Transformation of the Financial Industry in Germany after Digitalization. *SSRN Electronic Journal*. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.3036555>
- Brito-Henriques, C. (2020). *A pandemia da COVID-19 e as oportunidades de renovação do turismo*. Obtido de <https://www.iseg.ulisboa.pt/a-pandemia-da-covid-19-e-as-oportunidades-de-renovacao-do-turismo>
- Caixa Geral de Depósitos. (15 de 3 de 2023). *Fintech: o que são e o que fazem?* Obtido de <https://www.cgd.pt/Site/Saldo-Positivo/formacao-e-tecnologia/Pages/o-que-sao-fintech.aspx>
- Caixa Geral de Depósitos. (15 de 3 de 2024). *Inteligência Artificial: o que é e como influencia o seu dia-a-dia*. Obtido de <https://www.cgd.pt/Site/Saldo-Positivo/formacao-e-tecnologia/Pages/inteligencia-artificial.aspx>
- Calheiros, F. (2022). *O turismo como motor da economia*. Obtido de <https://ctp.org.pt/noticias/o-turismo-como-motor-da-economia-por-francisco-calheiros>
- Campbell, M., Hoane Jr, A., & Hsu, F. (2002). Deep Blue - Artificial Intelligence. *Artificial Intelligence*, 57-83. Obtido de <https://core.ac.uk/reader/82416379>
- Carvalho, N. (2016). *Património natural e construção de identidades locais: o mosaico identitário português e o desenvolvimento local*. Obtido de <https://pt.scribd.com/document/770998423/Carvalho-N-2016-Patrimonio-Natural-e-Construcao-de-Identidades-Locais-II-CIEAD->
- Couch, J. (2023). Artificial Intelligence: Past, Present and Future. *Journal of the South Carolina Academy of Science*, 21(1). Obtido de <https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1264&context=jscas>
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa, Portugal: Verbo.
- Cunha, L. (2011). *Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios*. Obtido de <https://pt.scribd.com/document/623488488/48576342>
- De Cicco, R., Silva, S., & Romana, F. (2020). Millennials' attitude toward chatbots: an experimental study in a social relationship perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 0959-0552. Obtido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-12-2019-0406/full/html>
- Dias, M. (2020). *Inteligência Artificial na prestação dos cuidados de saúde e a perspectiva dos médicos portugueses*. (Dissertação de Mestrado), Escola Nacional de Saúde Pública - UNL, Lisboa, Portugal. Obtido de <https://run.unl.pt/bitstream/10362/129610/1/RUN%20-%20Disserta%20a7%20de%20Mestrado%20-%20Michelle%20Belleti%20Dias.pdf>

- Duin, S., & Bakhshi, N. (2018). *Artificial Intelligence*. Obtido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/deloitte-analytics/deloitte-nl-data-analytics-artificial-intelligence-whitepaper-eng.pdf>
- Eco. (s.d.). *Economia Online*. Obtido de <https://eco.sapo.pt/2020/09/22/portugal-esta-perto-dos-mil-casos-de-covid-por-dia-mas-ha-paises-na-ue-que-ja-ultrapassam-os-10-000/>
- Embarek, P. (2020). WHO-convened Global Study of Origins of SARS-CoV-2: China Part. Obtido de <https://www.who.int/publications/i/item/who-convened-global-study-of-origins-of-sars-cov-2-china-part>
- Ercher, I. (2021). A revisão de literatura na construção do trabalho científico. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 2. Obtido de <https://seer.ufrgs.br/rgenf/article/view/4365>
- Escola de Turismo de Portugal. (16 de 3 de 2025). *Escola de Turismo de Portugal*. Obtido de <https://escolas.turismodeportugal.pt/noticias/>
- Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. (2018). *Regime Jurídicos dos Empreendimentos Turísticos*. Obtido de <https://www.studocu.com/pt/document/escola-superior-de-hotelaria-e-turismo-do-estoril/direito-e-legislacao-do-turismo/rjet-eshte-para-imprimir/93204350?>
- Espinha, A. (s.d.). *LinkedIn*. Obtido de <https://www.linkedin.com/pulse/novo-regime-da-situa%C3%A7%C3%A3o-de-conting%C3%Aancia-filipe-espinha/?originalSubdomain=pt>
- Eurostat. (s.d.). *Eurostat*. Obtido de <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Fernandes, L. (2020). *A COVID-19 e o ambiente: um estudo comparativo da perceção das populações de Portugal e Brasil*. (Dissertação de Mestrado) Universidade do Porto, Porto, Portugal. Obtido de https://sigarra.up.pt/fcup/pt/teses.lista_teses?p_curso=10821&p_lang=0&p_ord_campo=NOME&p_ordem=DESC&p_record_set_size=10&p_tipo_lista=C&pv_num_pag=11
- Financial Stability Board. (2017). *Artificial Intelligence and Machine Learning in Financial Services - Market Developments and Financial Stability Implications*. Obtido de <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/P011117.pdf>
- Fisch, J., Laboure, M., & Turner, J. (2019). The Emergence of the Robo-Advisor. Em *The Disruptive Impact of FinTech on Retirement Systems* (pp. 13-37). Oxford University Press. doi:<https://doi.org/10.1093/oso/9780198845553.003.0002>
- Fonseca, A. (2022). *Estratégias de cooperação e co-marketing no setor do turismo: inovação e competitividade em ambientes dinâmicos*, pp. 45-62.
- Francisco, I. (2019). *Inteligência Artificial no Local de Trabalho*. (Dissertação de Mestrado), Universidade Católica Portuguesa - UCP, Porto, Portugal. Obtido de https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/28384/1/TFM_In%C3%AAsFrancisco.pdf

- Frankish, K., & Ramsey, W. (2014). *The Cambridge Handbook Of Artificial Intelligence* (1ª ed.). Reino Unido: Cambridge University Press.
doi:<https://doi.org/10.1017/CBO9781139046855>
- Garcez, A., Franco, J., & Correia, R. (2021). Turismo e COVID-10: Impactos e Implicações no Comportamento do Consumidor Turístico. Obtido de <https://bibliotecadigital.ipb.pt/entities/publication/2faebb6b-dd03-4af3-b0c8-e4e6bd9e3aa7>
- Gbadegeshin, S., Natsheh, A., Ghafel, K., Tikkanen, J., Gray, A., Rimpiläinen, A., . . . Hirvonen, N. (2021). WHAT IS AN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI): A SIMPLE BUZZWORD OR A WORTHWHILE INEVITABILITY? *Conference: ICERI 2021*.
doi:<https://doi.org/10.21125/iceri.2021.0171>
- Ghebreyesus, T. (2021). *OMS propõe estratégia para identificar patógenos causadores de pandemias*. Obtido de <https://news.un.org/pt/story/2024/08/1835521>
- Gomes, D. (2010). Inteligência Artificial: Conceitos e Aplicações. *Revista Olhar Científico – Faculdades Associadas de Ariquemes*, 1(2). Obtido de https://www.professores.uff.br/screspo/wp-content/uploads/sites/127/2017/09/ia_intro.pdf
- Gujrati, P., & Biradar, J. (2023). Application of Artificial Intelligence in Banking and Finance : Bibliometric Review and Emerging Research Agenda. *Indian Journal of Computer Science*, 8(5), 27-37. doi:<https://doi.org/10.17010/ijcs%2F2023%2Fv8%2Fi5%2F173322>
- Guo, H., & Yu, X. (2022). A survey on blockchain technology and its security. *Blockchain: Research and Applications*, 3(2), 100067. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bcra.2022.100067>
- Guo, Y., & Liang, C. (2016). Blockchain application and outlook in the banking industry. *Financial Innovation*, 2(1). doi:<https://doi.org/10.1186/s40854-016-0034-9>
- Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A Brief History of Artificial Intelligence: On the Past, Present, and Future of Artificial Intelligence. *California Management Review*, 61(4), 000812561986492.
- INE. (s.d.). *A mortalidade em Portugal no contexto da pandemia Covid-19*. Obtido de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_pesquisa&frm_accas=PESQUISA R&frm_show_page_num=2&frm_modos_pesquisa=PESQUISA_SIMPLES&frm_texto=%C3%B3bitos&frm_modos_texto=MODO_TEXTO_ALL&frm_data_ini=&frm_da
- INE. (s.d.). *Instituto Nacional de Estatística*. Obtido de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_pesquisa&frm_accas=PESQUISA R&frm_show_page_num=2&frm_modos_pesquisa=PESQUISA_SIMPLES&frm_texto=%C3%B3bitos&frm_modos_texto=MODO_TEXTO_ALL&frm_data_ini=&frm_data_fim=&frm_tem a=QUALQUER_TEMA&frm_area=o_ine_a

- Jee, H. (2023). Emergence of artificial intelligence chatbots in scientific research. *Journal of Exercise Rehabilitation*, 19(3), 139-140. doi:<https://doi.org/10.12965/jer.2346234.117>
- Kokina, J., & Davenport, T. (2017). The Emergence of Artificial Intelligence: How Automation is Changing Auditing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 14(1). doi:10.2308/jeta-51730
- Korstanje, M. (2011). *Why risk why now? Conceptual problems around the risk perception in tourism industry*. Obtido de <https://www.redalyc.org/pdf/5041/504152251002.pdf>
- Limna, P., & Kraiwanit, T. (2022). *The Rise of Fintech: A Review Article*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/363638909_The_Rise_of_Fintech_A_Review_Article
- Manning, C. (2020). Artificial Intelligence Definitions. *Local de publicação: Stanford University Human-Centered Artificial Intelligence*. Obtido de <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf>
- McCarthy, J. (2007). *WHAT IS ARTIFICIAL INTELLIGENCE?* Obtido de <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai.pdf>
- Mendes, C. (2023). *Sazonalidade é um problema com "peso muito grande" no turismo rural*. Obtido de <https://mediotetejo.net/serta-sazonalidade-e-um-problema-com-peso-muito-grande-no-turismo-rural-c-video/>
- Monteiro, F., Saveca, P., & Tembe, V. (2020). *Depressão, ansiedade e stress efeitos psicológicos do distanciamento social em Moçambique*. Obtido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/94956389/354499496-libre.pdf?1669630963=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDepressao_ansiedade_e_stress_efeit
- Morais, D., Oliveira, V., Junger, A., & Facó, J. (2020). CONCEITO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL USADO NO MERCADO DE SOFTWARES, NA EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA E NA LITERATURA CIENTÍFICA. *Educação Profissional e Tecnológica em Revista*, 2, 98-109. doi:<https://doi.org/10.36524/profept.v4i2.557>
- Moreira, C. (2023). *OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN NA AUDITORIA*. (Dissertação de Mesrado), Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa - ISCAL, Lisboa, Portugal. Obtido de https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/16100/1/Claudia_Moreira_Dissertacao_Mesrado_Versao_Final_Os_Impactos_Blockchain_Auditoria.pdf
- Mukherjee, P., & Pradhan, C. (2021). Chapter 3: Blockchain 1.0 to B. Em *Blockchain Technology: Applications and Challenges* (Vol. 203, pp. 29-49). doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-69395-4_3
- Nanjundaswamy, A. (2023). The Rise of Robo-Advisory in Investment Management: An Individual Investors' Perspective. *Indian Banking Sector- Past, Present and FutureAt: Mysuru*. Obtido

- de https://www.researchgate.net/publication/375867066_The_Rise_of_Robo-Advisory_in_Investment_Management_An_Individual_Investors'_Perspective
- Negnevitsky, M. (2005). *Artificial Intelligence A Guide to Intelligent Systems* (2ª ed.). Reino Unido: Pearson Education Limited. Obtido de https://www.academia.dk/BiologiskAntropologi/Epidemiologi/DataMining/Artificial_Intelligence-A_Guide_to_Intelligent_Systems.pdf
- Oliveira, J. (2022). *Aplicação da Tecnologia Blockchain na Área Financeira*. (Dissertação de Mestrado), Instituto Universitário de Lisboa - Iscte, Lisboa, Portugal. Obtido de https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/26276/1/master_jose_costa_oliveira.pdf
- OMT. (1994). *Recommendations on Tourism Statistics*. Obtido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83e.pdf?
- OMT. (s.d.). *OMT: Portugal sobe duas posições no ranking mundial e conquista a 15ª posição*. Obtido de <https://executivedigest.sapo.pt/noticias/omt-portugal-sobe-duas-posicoes-no-ranking-mundial-e-conquista-a-15-a-posicao/>
- Paiva, A. (2020). *Transformação digital: estudo de caso em instituições bancárias*. (Trabalho Científico), Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC, Lisboa, Portugal. Obtido de https://dspace.uniceplac.edu.br/bitstream/123456789/723/1/Aline%20dos%20Santos%20Paiva_0006724.pdf
- Parlamento Europeu. (2021). Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho que estabelece regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial. Obtido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021PC0206>
- Pereira, C. (2023). *Impacto da Inteligência Artificial na área Financeira: o caso HB Fuller Portugal*. (Dissertação de Mestrado), Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto - ISCAP, Porto, Portugal. Obtido de https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/25018/1/Catia_Pereira_MFE_2023%20%281%29.pdf
- Perinotto, A., Sobrinho, L., Soares, J., & Fernández, M. (2021). *O uso das estratégias de Co-marketing, Coopetição e marketing do destino, por meio da mídia social Instagram no período de pandemia*. Obtido de <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/19018>
- Pocinho, M., & Matos, F. (2022). *Metodologias de Pesquisa e de Investigação: qualitativa, quantitativa, quantiqualitativa, qualiquantitativa e revisões sistemáticas*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/360061984_Metodologias_de_Pesquisa_e_de_Investigacao_qualitativa_quantitativa_quantiqualitativa_qualiquantitativa_e_revisoes_sistemáticas
- Popovski, L., & Soussou, G. (2018). *A Brief History of Blockchain*. Obtido de <https://pbwt2.gjassets.com/content/uploads/2018/05/010051804-Patterson.pdf>

- Pordata. (s.d.). *Balanço de viagens e turismo*. Obtido de <https://www.pordata.pt/pt/estatisticas/contas-externas/balanca-de-pagamentos/balanca-de-viagens-e-turismo>
- Pordata. (s.d.). *Balanço de viagens e turismo, em % do PIB*. Obtido de <https://www.pordata.pt/pt/estatisticas/contas-externas/balanca-de-pagamentos/balanca-de-viagens-e-turismo-em-do-pib>
- Portugal GOV. (s.d.). *Comunicado do Conselho de Ministro de 10 de setembro de 2020*. Obtido de <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/governo/comunicado-de-conselho-de-ministros?i=368>
- Portugal GOV. (s.d.). *Governo aprova oito medidas para «prevenir expansão da pandemia»*. Obtido de <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=governo-aprova-oito-medidas-para-prevenir-expansao-da-pandemia>
- Puri, L. (2022). A STUDY OF APPLICATIONS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BANKING AND FINANCE SECTOR. *International Journal of Innovative Research in Science Engineering and Technology*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/360782923_A_STUDY_OF_APPLICATIONS_OF_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE_IN_BANKING_AND_FINANCE_SECTOR
- Quammen, D. (2020). *Contágio: Infecções de Origem Animal e a Evolução das Pandemias* (1 ed.). São Paulo, Brasil: Companhia das Letras.
- Rafael, C. (2020). *Novas Ferramentas Digitais para o Turismo*. Obtido de <https://www.cienciavitae.pt/portal/pt/8518-A36C-22AF?>
- Neves, R. (2021). *Psiquiatra explica sobre a Síndrome da cabana, o medo de viajar após a pandemia*. Obtido de <https://turismo.ig.com.br/destinos-internacionais/2021-04-28/psiquiatra-explica-sobre-a-sindrome-da-cabana--o-medo-de-viajar-apos-a-pandemia.html>
- Redfield, R. (2021). *Former CDC director suggests Covid-19 'escaped' from Wuhan lab*. Obtido de <https://www.telegraph.co.uk/global-health/science-and-disease/former-cdc-director-suggests-covid-19-escaped-wuhan-lab/>
- Regona, M., Yigitcanlar, T., Xia, B., & Li, R. (2022). Opportunities and Adoption Challenges of AI in the Construction Industry: A PRISMA Review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc8010045>
- Rodeck, D., & Curry, B. (2022). *What Is Blockchain?* Obtido de <https://communications.pasenategop.com/wp-content/uploads/sites/15/2022/06/What-Is-Blockchain.pdf>
- Russel, S., & Norving, P. (2021). *Artificial Intelligence - A Modern Approach* (4ª ed.). Reino Unido: Person Education Limited. Obtido de

- https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292401171_A41586057/preview-9781292401171_A41586057.pdf
- Sarmah, S. (2018). *Understanding Blockchain Technology*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/336130918_Understanding_Blockchain_Technology
- Shaikh, N. (2017). The Financial Industry Needs to Start Planning for the Next 50 Years, Not the Next Five. *Harvard Business Review*. Obtido de <https://hbr.org/2017/07/the-financial-industry-needs-to-start-planning-for-the-next-50-years-not-the-next-five>
- Sigla, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. Obtido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303908?via%3Dihub>
- Silva, A. (2023). *O IMPACTO DA AUTOMAÇÃO NA EMPREGABILIDADE DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS*. (Dissertação de Mestrado), Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa - ISCAL, Lisboa, Portugal. Obtido de https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/16059/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Final_Ana_Claudia_Silva.pdf
- Silva, J. (2018). *O Impacto da Automatização e Inteligência Artificial nos Serviços Partilhados*. (Dissertação de Mestrado), Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto - FEUP, Porto, Portugal.
- Silva, V. (2023). *A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DA METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/370757330_A_IMPORTANCIA_DO_ESTUDO_DA_METODOLOGIA_DA_INVESTIGACAO_CIENTIFICA
- Simon, H. (1965). *The Shape of Automation for Men and Management*. Nova York: Harper & Row Publisher. Obtido de https://www.bing.com/search?q=The+Shape+of+Management+for+Men+and+Management&cvid=ba8edfe2363942f598dc6a8bc78243cd&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIGCAEQRRg8MgYIAhBFGDzSAQcyMzdqMGo0qAllsAIB&FORM=ANAB01&PC=U531
- Siregar, R., & Sudarmanto, E. (2023). Beyond Traditional Boundaries: Embracing Digital Transformation for Enhanced Management Efficiency at Micro and Small Business Enterprises. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(6), 258-270. doi:<https://doi.org/10.58812/wsis.v1i6.99>
- SNS 24. (s.d.). *Serviço Nacional de Saúde*. Obtido de <https://www.sns24.gov.pt/pt/tema/doencas/doencas-infecciosas/covid-19>
- Spannagel, C., Zikuda, M., & Schroeder, U. (s.d.). Application of Qualitative Content Analysis in User-Program Interaction Research. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 6(2). Obtido de https://www.researchgate.net/publication/277183840_Application_of_Qualitative_Content_Analysis_in_User-Program_Interaction_Research

- Spratley, R. (1936). *Organização do Turismo em Portugal*. Obtido de <https://www.livrariaalfarrabista.com/index.php?livro=34648&titulo=ORGANIZA%C3%87%C3%83O-DO-TURISMO-EM-PORTUGAL>
- Stone, P., Brooks, R., Brynjolfsson, E., Calo, R., Etzioni, O., Hager, G., . . . Teller, A. (2022). *Artificial Intelligence and Life in 2030: The One Hundred Year Study on Artificial Intelligence*. doi:<https://doi.org/10.48550/arXiv.2211.06318>
- TravelBI – Turismo de Portugal. (25 de 4 de 2025). *Turismo de Portugal*. Obtido de <https://travelbi.turismodeportugal.pt/>
- Tredinnick, L. (2017). *Out-of-the-Box: Artificial Intelligence and professional roles*. Obtido de <https://repository.londonmet.ac.uk/3812/3/OOTB-AI.pdf>
- Turismo de Portugal. (2020). Perspetivas e impactos económicos da Covid-19. Obtido de <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/covid19/Paginas/perspetivas>
- Vanelli, M. (2020). *WHO Declares COVID-19 a Pandemic*. Obtido de <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7569573/>
- Villalobos, L., & Martins, R. (2021). *Turismo rural resiste melhor à pandemia e sobe receita por dormida*. Obtido de <https://www.publico.pt/2021/07/08/economia/noticia/turismo-rural-resiste-melhor-pandemia-sobe-receita-dormida-1969594?>
- Weizenbaum, J. (2005). ELIZA - A Computer Program for the Study of Natural Language Communication Between Man and Machine. *Massachusells Institute of Technology*, 9(1). Obtido de <https://web.stanford.edu/class/cs124/p36-weizenbaum.pdf>
- Younus, A., & Adumandil, M. (2022). Role of Smart Contract Technology Blockchain Services in Finance and Banking Systems: Concept and Core Values. *Advanced Engineering Informatics*, 5, 1-12. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.4078566>
- Zeba, S., Suman, P., & Tyagi, K. (2023). Chapter 4 - Types of Blockchain. Em *Distributed Computing to Blockchain: Architecture, Tecnology and Applications* (1ª ed.). Obtido de <https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/blockchain>
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H., Chen, X., & Wang, H. (2018). Blockchain challenges and opportunities: A survey. *International Journal of Web and Grid Services*, 14(4), 352-375. doi:<https://doi.org/10.1504/IJWGS.2018.095647>

Apêndices

Apêndice A - Inquérito por questionário

Influência da situação pandémica do Covid-19 (2020-21) no setor do turismo em Portugal

O meu nome é Florinda Costa e, no âmbito da minha dissertação de mestrado em Gestão e Empreendedorismo no Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, venho solicitar a resposta a um inquérito por questionário. Este tem a finalidade de entender a influência da situação pandémica do Covid-19 (2020-21) no sector do turismo em Portugal. Os dados obtidos são absolutamente confidenciais e serão tratados de forma anónima, e utilizados, única e exclusivamente, para fins de investigação científica.

Este questionário destina-se apenas a pessoas, ligadas ou que já estiveram ligadas, ao setor turístico em Portugal.

Agradeço, desde já, a sua participação nesta investigação, que será fundamental para a realização da presente dissertação.

Parte I

* Indica uma pergunta obrigatória

Caracterização do perfil do inquirido

1. Idade *

2. Género *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

- Feminino
- Não especificado

3. Habilitações académicas *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Bacharelato
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento
- Não especificado

4. Área de formação *

Marcar apenas uma oval.

- Artes e Humanidades
- Ciências Humanas e Sociais
- Economia e Gestão
- Não especificado

5. Área de atividade *

Marcar apenas uma oval.

Alojamento turístico

Restauração

Ambos

Outra: _____

6. Quantos anos de experiência tem no setor turístico? *

Marcar apenas uma oval.

Menos de 1 ano

1 a 5 anos

5 a 10 anos

Mais de 10 anos

Impactos imediatos da pandemia

7. Como sente que a pandemia afetou o seu local de trabalho? (Poderá seleccionar mais do que uma resposta) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Fecho temporário
- Redução significativa de clientes
- Aumento de custos operacionais
- Outra: _____

8. Durante o período de restrição, qual foi a principal medida adotada pela empresa onde trabalha/trabalhava? (Poderá seleccionar mais do que uma resposta) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Redução de pessoal
- Aumento de venda *online*
- Adoção de protocolos de segurança (higienização, distanciamento, etc.)
- Outra: _____

9. O seu local de trabalho encerrou durante o período de confinamento? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Parcialmente

10. Qual foi a principal dificuldade enfrentada pela sua empresa durante a pandemia? (Poderá seleccionar mais do que uma resposta) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Falta de fluxo de clientes
- Aumento de custos com medidas sanitárias
- Problemas com fornecedores
- Outra: _____

Mudanças no comportamento dos clientes

11. Considera que o comportamento dos clientes mudou desde o início da pandemia?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não (Avançar para a pergunta 13)

12. Se seleccionou "sim", que comportamentos considera que os clientes mudaram: *
(Poderá seleccionar mais do que uma resposta)

Marcar tudo o que for aplicável.

- Preferência por opções de delivery/takeway (restauração)
- Aumento da procura por serviços de higiene e segurança (hotéis)
- Menor frequência de viagens e lazer
- Outra: _____

13. Sentiu mudanças nas expectativas dos clientes em relação à higiene e segurança? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, de forma significativa
- Sim, mas de forma moderada
- Não percebi mudanças significativas

14. Houve uma mudança na forma como os clientes procuram e reservam hotéis/restaurantes durante a pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, a maioria agora faz reservas *online*
- Não sinto que houvesse mudanças

Impacto Financeiro e Sustentabilidade

15. Como sente que os impactos financeiros da pandemia afetaram a sustentabilidade das empresas ligadas ao setor turístico? *

Marcar apenas uma oval.

- As empresas ficaram com maiores dificuldades financeiras
- As empresas sobreviveram com ajustes, mas com dificuldades
- Não sinto que as empresas tenham sido afetadas financeiramente

16. A empresa onde trabalha/trabalhava recorreu a algum tipo de apoio financeiro durante a pandemia (ex: subsídios, empréstimos)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, auxílio governamental
- Sim, empréstimos bancários
- Não, não recorreu a nenhum apoio financeiro, pelo menos que eu tenha conhecimento

17. Acredita que a empresa em que trabalha/trabalhava, conseguiu recuperar completamente dos impactos da pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, em um curto período
- Sim, mas a recuperação foi lenta
- Não, a recuperação foi difícil
- Não recuperou

Mudanças Operacionais e Adaptabilidade

18. A empresa em que trabalha/trabalhava, implementou novas tecnologias ou sistemas de gestão durante a pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, novos sistemas de reservas *online*
- Sim, novas formas de pagamento (contactless, aplicações, etc.)
- Não houve mudanças tecnológicas significativas

19. Houve uma mudança na forma de gestão de pessoal? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, houve uma redução significativa de pessoal
- Sim, houve uma reorganização interna
- Não houve mudanças

20. Houve alterações no horário de funcionamento da empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, redução de horário
- Sim, ampliação de horário
- Não houve alterações

Novas Tendências e Expectativas Futuras

21. Quais as mudanças que acredita que são permanentes no setor devido à pandemia?

*

Marcar apenas uma oval.

- Aumento de medidas de segurança e higiene
- Mais digitalização e automação
- Mudança nos tipos de serviços oferecidos (ex: *delivery*, menus digitais, etc.)
- Outra: _____

22. Qual a sua opinião sobre a sustentabilidade e o futuro do turismo pós-pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

- O turismo voltará a crescer mesmo estando a "conviver" com a pandemia
- O turismo demorará para se recuperar, até ao estado antes da pandemia
- O turismo não voltará aos níveis anteriores

23. Considera que a pandemia trouxe oportunidades de inovação para o setor? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, foram criadas novas oportunidades de negócios

Não, a pandemia foi apenas um desafio

Não tenho a certeza

24. Como avalia a resposta do governo às dificuldades enfrentadas pelas empresas do setor turístico? *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Muito negativa

Muito positiva

25. Acredita que a sua empresa está mais preparada para enfrentar futuras crises semelhantes, após a experiência da pandemia? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Não tenho a certeza