



Universidade Federal do Pampa

**Campus Santana do Livramento
Graduação em Administração
Trabalho de Curso**

**PASSAPORTE OU ÁLCOOL EM GEL?
Um estudo sobre a percepção de risco de contágio e a intenção de viajar
na pandemia do Covid-19**

Autoria: Douglas Machado da Silva
Orientadora: Prof(a). Andressa Hennig Silva

RESUMO

A pandemia da covid-19 impactou severamente o setor de turismo, pois para conter a contaminação e a disseminação do vírus, o distanciamento pessoal e o fechamento de fronteiras foram impostos, impedindo o consumidor de usufruir tal atividade. Assim, considerando as medidas impostas visando o avanço da pandemia e os seus impactos no turismo, este estudo teve como objetivo identificar a relação entre a percepção de risco de contaminação e a intenção de viajar diante da pandemia do Covid-19, sendo assim, foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa e de caráter descritivo, utilizando o método survey, que contou com uma amostra de 542 respondentes. A análise dos dados deu-se com a estatística descritiva, teste de correlação, e testes de amostra independentes para analisar as percepções das variáveis: ter contraído o vírus; se perdeu alguém pela doença; ao sexo dos respondentes, e; se pertence ao grupo de risco. Os principais resultados encontrados foram: quanto maior a percepção de risco de contaminação menor é a intenção de viajar; pessoas que não se contaminaram tendem a ter mais percepção de risco; homens tendem a ter mais intenção de viajar que as mulheres, porém, as mulheres percebem mais risco de contaminação; e quem perdeu alguém para o vírus, possui maior percepção de risco.

Palavras-chave: pandemia; intenção de viajar; percepção de risco; comportamento do consumidor

**PASSPORT OR ALCOHOL GEL SANITIZER?
A study on the perception of risk of contagion and the intention to travel
in the Covid-19 pandemic**

ABSTRACT

The covid-19 pandemic has severely impacted the tourism sector, as to contain the contamination and spread of the virus, personal distancing and the closing of borders were imposed, thus hindering consumers to benefit from such activity. Thus, considering the measures imposed regarding the advancing of the pandemic and its impacts on tourism, this study aimed to identify the relationship between the perception of risk of contamination and

the intention to travel in the face of the Covid-19 pandemic. Therefore, a quantitative and descriptive research was carried out, using the survey method, which had a sample of 542 respondents. Data analysis was carried out with descriptive statistics, correlation test, and independent sample tests to analyze the perceptions of the variables: having contracted the virus; if one has lost a dear to illness; the gender of the respondents, and; if they belong to the risk group. The main results found were: the greater the perception of risk of contamination, the lower the intention to travel; people who have not been contaminated tend to have a greater perception of risk; men tend to have more intention to travel than women, however, women perceive a greater risk of contamination; and those who have lost someone to the virus have a greater perception of risk.

Keywords: Pandemic; Intention to travel; Risk perception; Consumer behavior

¿PASAPORTE O ALCOHOL EN GEL?

Un estudio sobre la percepción de riesgo de contagio y la intención de viajar en la pandemia del covid-19

RESUMEN

La pandemia del covid-19 ha impactado severamente al sector turístico, pues para contener la contaminación y propagación del virus se impuso el distanciamiento personal y el cierre de fronteras, lo que dificulta que los consumidores se beneficien de dicha actividad. Así, considerando las medidas impuestas ante el avance de la pandemia y sus impactos en el turismo, este estudio tuvo como objetivo identificar la relación entre la percepción de riesgo de contaminación y la intención de viajar frente la pandemia de Covid-19. Se realizó una investigación cuantitativa y descriptiva, utilizando el método survey, lo cual tuvo una muestra de 542 encuestados. El análisis de datos se realizó con estadística descriptiva, prueba de correlación y pruebas de muestras independientes para analizar las percepciones de las variables: haber contraído el virus; si uno ha perdido un ser querido por la enfermedad; el género de los encuestados, y; si pertenece al grupo de riesgo. Los principales resultados encontrados fueron: cuanto mayor la percepción de riesgo de contaminación, menor intención de viajar; las personas que no han sido contaminadas tienden a tener una mayor percepción de riesgo; los hombres tienden a tener más intención de viajar que las mujeres, sin embargo, las mujeres perciben un mayor riesgo de contaminación; y quienes han perdido a alguien por el virus tienen una mayor percepción de riesgo.

Palabras-clave: Pandemia; intención de viajar; Percepción del riesgo; Comportamiento del consumidor

1 INTRODUÇÃO

No final do ano de 2019, iniciou uma epidemia causada pelo novo coronavírus em Wuhan, China, primeiramente denominado 2019-nCoV, em seguida foi nomeado como SARS-CoV-2, que é o agente da doença Covid-19 (OPAS, 2020). Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde - OMS em decorrência do surto do novo coronavírus, estabeleceu uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional - ESPII, e no dia 11 de março de 2020, a epidemia foi reconhecida como pandemia pela OMS (OPAS, 2020).

O Brasil, declarou ESPII no dia 3 de Fevereiro de 2020, antes de casos confirmados de Covid-19 no país (BRASIL, 2020), só em 26 de Fevereiro o primeiro caso de coronavírus foi

confirmado (BRASIL, 2020). Logo após o decreto de ESPII no Brasil, o país fechou as fronteiras e restringiu a entrada de pessoas, com exceção dos cidadãos e residentes brasileiros (SALCEDO; YAR; CHERELUS, 2020). Diante disso, o turismo foi um dos primeiros setores econômicos a sofrer com os efeitos da pandemia do Covid-19.

No dia 19 de março de 2020, o Governo do Estado do Rio Grande do Sul, decretou situação de calamidade pública, para retardar a contaminação do vírus na população gaúcha. No ofício continha medidas preventivas, com normas para o enfrentamento da pandemia do Covid-19 para os municípios do Estado, impedindo o transporte interestadual e limitando o comércio em geral (RIO GRANDE DO SUL, 2020).

A pandemia do Covid-19 obrigou toda a população mundial a redobrar os cuidados com a saúde física por causa do risco que ela traz, o uso de máscaras, álcool em gel e o distanciamento social, são exemplos de ações preventivas contra a disseminação do vírus. De acordo com Wilder-Smith e Freedman (2020), o distanciamento social é a redução da aproximação física e dos contatos entre as pessoas, com o objetivo de diminuir a velocidade de contágio do vírus.

Fatores como as recomendações de distanciamento social e as medidas estabelecidas nos decretos políticos visando a diminuição da transmissão do Covid-19, atingem diretamente o setor de turismo, uma vez que limitam atividades como viagens. Segundo Gössling, Scott e Hall (2020), o turismo sempre esteve sujeito a diversas adversidades, incluindo epidemias e pandemias.

Peluso e Pichierri (2021) propõem que as mulheres podem ter menor percepção de controle sobre questões externas e que impactam suas vidas, essa falta de controle aumentaria a incerteza, medo e ansiedade, o que poderia tornar as mulheres mais suscetíveis a diminuir suas intenções de viajar (ao terem maior percepção de risco por causa da pandemia). No final do estudo, os autores acabam não confirmando essa hipótese. Del Chiappa, Bregoli e Atzeni (2021), por sua vez, conseguiram confirmar que as mulheres têm maior percepção de risco do que os homens, e justificam que as mulheres têm mais obrigações familiares, o que as tornam altamente responsáveis pela tomada de decisões em nome de suas famílias. Isso faria elas tentarem ficar menos expostas ao vírus.

Segundo Barreto (2020) o vírus SARS-CoV-2 é muito semelhante ao SARS-CoV encontrado em animais, onde a família desse vírus contém envelopamento de RNA positivo e compatibilidade pelas células epiteliais brônquicas ciliadas e pneumócitos tipo II. A contaminação é através do contato nas secreções de uma pessoa contaminada, onde pode ser por toque físico contaminado, objetos contaminados, espirros, tosses, catarro ou gotículas de saliva. Os sintomas nos seres humanos podem variar desde assintomáticos, onde não apresentam sintomas, porém estão com o vírus no seu organismo; a um resfriado – Síndrome Gripal-SG com a presença de tosse, febre, coriza e dores no corpo (BARRETO, 2020).

Com o surgimento desse novo coronavírus, os países se deparam em situações de emergências, e com isso, seus governantes foram obrigados a tomar decisões para proteger seu povo. Cada país adotou normas preventivas para enfrentar a pandemia do Covid-19, com decretos onde emitiam distanciamento social, lockdown, equipamentos de proteção pessoal, entre outras ações. Marques (2020) fala que a pandemia pode deixar mesmo as sociedades mais ricas, ainda mais vulneráveis e desiguais. Gössling, Scott e Hall (2020) apontam, que as restrições de viagens tomadas para o combate da Covid-19, afetou diretamente as economias nacionais, impactando o setor de turismo, que em semanas diminuiu severamente, e seus segmentos de mercado, como transporte público, cruzeiros, eventos, convenções e transporte aéreo.

Tendo em vista a pandemia e os sucessivos decretos governamentais, o setor de turismo se deparou em uma situação totalmente prejudicial à sua economia e inviável para a proteção da população. Diante deste contexto, este estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a relação entre percepção de risco de contágio e intenção de viajar diante da pandemia do Covid-19?

Observando o cenário em que os países se encontram em decorrência da pandemia do Covid-19, este estudo tem como objetivo geral, identificar a relação entre percepção de risco de contaminação e intenção de viajar diante da pandemia do Covid-19. Para auxiliar o alcance desse objetivo, pretende-se especificamente:

- a) Descrever o perfil da amostra estudada;
- b) Analisar a percepção de risco e intenção de viajar dos respondentes diante a pandemia do Covid-19
- c) Identificar as diferenças na percepção de risco de contaminação e a intenção de viajar no contexto da pandemia em relação a: ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo pela doença; ao sexo dos respondentes, e, se pertence ao grupo de risco.

O presente estudo se justifica tendo em vista que busca abordar um acontecimento recente que afeta todos os indivíduos do planeta, e os prejuízos que a pandemia do Covid-19 trouxe para o ramo do turismo. O estudo de Corbari e Grimm (2020) aponta que o turismo na cidade de Curitiba (PR) sofreu grandes impactos econômicos em 2020 e que o setor precisa de novas medidas para a adaptação, não só econômicas, mas também sociais e ambientais. O estudo de Coelho e Mayer (2020) vem de acordo com o estudo anterior, ressaltando que o setor teve impactos significativos e a presença de novas práticas para a sobrevivência do turismo e proteção da população. Outro estudo é de Sánchez-Cañizaresde, Cabeza-Ramírez, Muñoz-Fernández e Fuentes-García (2020), onde identificaram a percepção de risco ao viajar na pandemia do Covid-19 na Espanha, analisando o comportamento planejado, as atitudes da população, e os riscos e seguranças nas viagens.

Por ter identificado uma escassez de estudos sobre a percepção de risco e a intenção de viajar em frente ao novo coronavírus, tornou-se necessário a realização de um estudo que execute essa questão no estado do Rio Grande do Sul, para identificar o comportamento da população na pandemia do Covid-19, pois o Estado no final de 2020, entrou para a lista internacional de destinos seguros durante a pandemia da Covid-19, obtendo o selo de “Turismo Seguro” para incentivar as pessoas a retomada do setor, preservando a saúde dos turistas com o menor risco de contaminação possível durante as viagens (RIO GRANDE DO SUL, 2020).

Assim, este estudo pretende contribuir para a academia, para a sociedade e para as empresas turísticas, auxiliando na tomada de decisões futuras em decorrência da pandemia do Covid-19.

Com vistas a responder os objetivos propostos, este trabalho está construído da seguinte maneira, primeiramente se encontra a introdução, juntamente com a problemática do estudo, os objetivos geral e específicos, e a justificativa da pesquisa. Logo após, é apresentado o referencial teórico tratando e conceituando os temas sobre a pandemia do Covid-19, o comportamento do consumidor na pandemia e a percepção de risco, turismo, e turismo na pandemia e a intenção de viajar. A seguir, encontra-se a metodologia utilizada na pesquisa, a análise dos dados, coletados por meio de um questionário online e por fim, as considerações finais e as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Pandemia do Covid-19

Uma epidemia se caracteriza em um acontecimento de grandes casos de uma doença, com um curto período de tempo, em uma determinada região (REZENDE, 1998), porém a pandemia, nos tempos modernos, se configura como uma epidemia de grandes dimensões, se espalhando a vários países e continentes (CHIEN, 1983, p. 323 apud REZENDE, 1998). A primeira vez que a palavra epidemia apareceu, foi no livro de Platão “Das Leis”, e Aristóteles utilizou no mesmo sentido, como um fenômeno capaz de alcançar toda a população (MARCOVECCHIO, 1993 apud REZENDE, 1998). Considerando os apontamentos desses autores, Kelly (2011, p. 540) conceitua pandemia como “Epidemias que ocorrem em uma área muito ampla, cruzando fronteiras internacionais, e geralmente afetando um grande número de pessoas”.

Ao longo do desenvolvimento do mundo, as pandemias foram agentes que causaram a devastação de modelos sociais e econômicos de uma população, destruíram impérios, e mudaram a vida das pessoas pós-pandemia (FUZZETTI et al., 2020). Segundo Rezende (2009) a maioria dos casos de epidemias e pandemias provém das condições sanitárias, onde as cidades são carentes de planejamento e de arranjo territorial urbano, para atender as necessidades do local.

A primeira pandemia registrada foi no século VI, conhecida como “Praga de Justiniano”, nome em homenagem ao líder do Império Bizantino, causada por uma bactéria oriunda do Oriente. No século XIV, ocorreu o surto da “Peste Negra”, uma das pandemias mais conhecidas mundialmente, dizimando um quarto da população da Europa Ocidental. No século XX ocorreu a “Gripe Espanhola”, onde o vírus matou aproximadamente 50 milhões de pessoas em todo o mundo (SENHORAS, 2020). No final do ano de 2019, no século XXI, iniciou uma epidemia, com surtos localizados na China da síndrome respiratória aguda grave coronavírus, logo após, a Organização Mundial da Saúde decretou uma pandemia da doença Covid-19, causada pelo vírus da SARS-CoV-2 (OPAS, 2020), atualmente já passa de 5 milhões de mortes pelo coronavírus em todo o mundo (OMS, 2021). Cientistas relatam que novas epidemias irão surgir, representando riscos para o futuro (REUTERS, 2019).

A partir da declaração da Organização Mundial da Saúde, no dia 11 de março de 2020, data em que o novo coronavírus tomou proporções de uma pandemia, todos os países criaram planos de contingência (OPAS, 2020). No mesmo dia, a agência de saúde da Organização das Nações Unidas, mostrou um balanço recente com dados sobre a situação do mundo, que continha aproximadamente 113 mil casos de Covid-19 em 110 países, o Brasil tinha 52 casos confirmados (G1, 2020), no presente, já passam de 24.311.317 de casos confirmados e de 623.843 de mortes pelo Covid-19 no país (CORONAVÍRUS BRASIL, 2021), e no Rio Grande do Sul aproximadamente 1.746.431 de casos confirmados e de 36.749 mortes (CORONAVÍRUS BRASIL, 2021).

Mesmo com os planos de contingência e as ações preventivas, o vírus não parou de se disseminar, de acordo com a OMS os países não estão preparados estruturalmente e psicologicamente para enfrentar tamanho vírus (CB, 2020). Frasilho et al. (2016) afirma que o impacto na economia dos países durante a pandemia, apresenta consequências práticas, como, a pobreza, o desemprego e a recessão da economia em geral.

Porém, em meio ao caos que se encontra o mundo, a esperança sempre esteve em encontrar vacinas que tivessem efeito contra o vírus. É essencial a urgência no desenvolvimento de vacinas para conter a propagação do vírus e evitar novos surtos. Desde o início da pandemia, diversas vacinas foram criadas, com formulação em DNA, RNA, vetores

baseados em adenovírus, vírus inativados, entre outras composições, e diferentes formas de aplicação, desde dose única a 3 doses da vacina (LURIE et al., 2020).

A Coalizão para Promoção de Inovações em prol da Preparação para Epidemias - CEPI, juntamente com a Aliança Mundial para Vacinas e Imunização - Gavi, do Fundo das Nações Unidas para a Infância - UNICEF, da OMS, da Organização Pan-Americana da Saúde - OPAS, Vaccine Alliance, e 172 países, o qual o Brasil está participando, criaram o COVAX, um mecanismo para a criação de vacinas e distribuição para os países participantes, que correspondem a 70% da população mundial. Nesse mecanismo estão presentes nove vacinas, onde duas, no dia 24 de agosto de 2020, estavam na fase III, quase aptas para a distribuição para a imunização na população, sendo elas, Moderna, dos Estados Unidos da América, e AstraZeneca/Universidade de Oxford, do Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda (OPAS, 2020).

No presente, mais de 61% da população mundial já está vacinada com pelo menos a primeira dose da vacina (OUR WORLD IN DATA, 2021). O Brasil está imunizando a população com as vacinas, CoronaVac, AstraZeneca, Pfizer e Janssen (LISBOA, 2021) e já apresenta mais de 79% da população vacinada com a primeira dose, e 149.165.531 (70% da população) com as doses completas (OUR WORLD IN DATA, 2021).

O Quadro 01 contém informações sobre as vacinas.

Quadro 01 – Tipos de vacina para a Covid-19

VACINA	APROVAÇÃO	COMPOSIÇÃO	EFICÁCIA
Pfizer-BioNTech	83 países	RNA	91,3%
Moderna	46 países	RNA	+90%
Sputnik V	62 países	Adenovírus	91,6%
Oxford-AstraZeneca	91 países	Adenovírus	76%
Covishield	33 países	Adenovírus	76%
Janssen	40 países	Adenovírus	61% a 85%
Cansino	5 países	Adenovírus	65,28%
Sinopharm (Pequim)	35 países	Vírus inativado	79,34%
Sinopharm (Wuhan)	2 países	Vírus inativado	72,51%
Sinovac/Coronovac	22 países	Vírus inativado	50;65%
Bharat Biotech/Covaxin	6 países	Vírus inativado	80,6%
Instituto Vector (Rússia)/EpiVacCorona	2 países	Proteína	Não disponível
Anhui Zhifei Longcom	2 países	Proteína	Não disponível
Centro Chumakov/KoviVac	1 países	Vírus inativo	Não disponível

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Oliveira (2021)

Atualmente, existem 14 vacinas aprovadas em todo o planeta para a covid-19, baseadas no código genético do SARS-CoV-2, e ao total, a OMS comunicou que existem 275

vacinas entre o estágio clínico (testando nos seres humanos) e no estágio de pesquisa em laboratório (OLIVEIRA, 2021).

A pandemia trouxe muitos impactos para a vida dos indivíduos, seja saúde, econômico, social, emocional, entre outros. Segundo Donida et al. (2021) um dos principais impactos provocado através do distanciamento social é a solidão, a qual pode provocar a ansiedade, automutilação, depressão e tentativas de suicídio. E no setor da economia mundial, a estimativa para 2020 é um aumento de aproximadamente 72 milhões de pessoas na pobreza extrema, vivendo apenas com US\$ 1,90 por dia, resultado da pesquisa de Mahler et al. (2020). Neste cenário, é possível supor que muitas mudanças aconteceram nas relações de consumo, assim o próximo tópico pretende discutir as principais mudanças que a pandemia do Covid-19 impôs no comportamento do consumidor.

2.1.1 Comportamento do consumidor na pandemia do Covid-19 e a Percepção de risco

O comportamento do consumidor engloba as motivações que tem por objetivo descobrir por que as pessoas compram, em qual momento compram, onde compram, com que periodicidade compram e com que frequência utilizam o que compram (SCHIFFMAN; KANUK, 2000).

Segundo Chauhan e Shah (2020) a pandemia do Covid-19 e os decretos políticos mudaram a forma como as pessoas consomem, trabalham e se comunicam. Os autores relatam que quanto maior a percepção da população sobre o risco de contaminação pelo vírus, em locais fechados, tais como, supermercados e shoppings, as pessoas tendem a se limitar ao básico, evitando sair de suas casas, apenas para comprar o essencial, e isso, conseqüentemente afeta a economia.

Wang et al. (2020), relatam que o distanciamento social pode causar implicações nos indivíduos, tais como, medo, insegurança e ansiedade. No início da pandemia, as pessoas entraram em estado de pânico em razão da incerteza das ações do novo vírus e também pelos decretos políticos, gerando um comportamento de estocagem de produtos básicos, tais como papel higiênico, produtos de limpeza e água, que passaram a faltar nas prateleiras de supermercados e de outros estabelecimentos (KIRK e RIFKIN, 2020).

O distanciamento social imposto como forma de amenizar a transmissão do vírus, estimulou a compra on-line. Muitas empresas tiveram que se adaptar e desenvolver estratégias de marketing para manter suas empresas ativas, priorizando o e-commerce (SBVC, 2020). O e-commerce proporciona uma compra mais confortável para os consumidores, pois possibilita um consumo em qualquer lugar, sem precisar se locomover à uma loja física (ANDRADE; SILVA, 2017). A pesquisa realizada pela All iN e Social Miner, em 2020, mostra que as lojas on-line tiveram um aumento de 47% de novos clientes, com um total de 42,9 milhões de consumidores (VILELA, 2021). O Consumidor percebe que a compra on-line não é só um cuidado para a prevenção do contágio, mas também um facilitador para que necessidades diárias possam ser atendidas (ABCOMM, 2020).

Com essa facilidade de consumir, os consumidores mesmo após a pandemia irão consumir pela internet, conforme o site Ecommerce Brasil relata:

Sete em cada dez brasileiros afirmam que pretendem continuar comprando online mesmo com o fim da quarentena. É o que revela um levantamento da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, que ouviu mil consumidores em todo o país. A pesquisa constatou que 52% estão comprando mais em lojas virtuais e aplicativos durante o isolamento social e que 80% estão satisfeitos com a experiência. (MARTUCCI, 2020).

O estudo da PricewaterhouseCoopers – PwC, mostrou as principais macro-tendências no consumo pós-pandemia, sendo elas, informação ao alcance; ofertas de marketing hiperpersonalizadas; facilidade de pagamento; varejo experiencial; e automação de próximo nível. Segundo eles, as empresas irão ter que repensar suas estratégias para alcançar os consumidores em todas as redes sociais, a partir do site da loja ou até mesmo o tiktok, e aquelas que não conseguirem se adaptar vão ficar para trás (CONSTANCIO, 2021).

O modelo de crença em saúde, elaborado por psicólogos americanos, permite o entendimento sobre as pessoas em relação a saúde pessoal e a assistência de serviços de saúde. Glanz, Rimer e Viswanath (2008) afirmam que o modelo é dividido em suscetibilidade percebida, gravidade percebida, benefícios percebidos e barreiras percebidas. Em relação a suscetibilidade percebida e gravidade percebida, está a percepção pessoal subjetiva do risco de contrair uma doença e a gravidade percebida pode ser analisada pelo grau de perturbação emocional e pelos tipos de consequências que a doença pode causar na saúde. Costa (2020) utilizou esse modelo em seu estudo em São Paulo, para identificar essas variantes em relação ao Covid-19. Os resultados obtidos sobre a percepção de risco da população do estado, foi com associação ao transporte, principalmente o público, pois existe uma grande circulação de passageiros no dia-a-dia, e a outra percepção de risco de contaminação é em relação aos sintomas que o vírus pode causar na saúde, principalmente nas pessoas que estão no grupo de risco.

Um dos setores mais afetados mundialmente pela pandemia do Covid-19, foi o turismo, os planos de contingência e o distanciamento social, incapacitaram a realização de viagens, com o intuito de controlar e conter o contágio pelo vírus, e a percepção de risco pessoal em relação a aglomeração em meios de transporte. Assim, o próximo tópico tem a intenção de discutir aspectos relacionados ao setor de turismo.

2.2 Turismo

Em 1972, McIntosh; Goeldner (1986 p.4), relacionavam o turismo com as pessoas “Nós pensamos sobretudo naquelas pessoas que estão a visitar um local em particular para passeios turísticos, para visitar amigos e familiares, para fazer férias e passar um bom momento”. Para Smith (1989) turismo é um escape do cotidiano, desenvolvendo atividades no destino, tais como, diversão, desfrutar do ambiente, conversar, entre outros. O Ministério do Turismo - MTUR (2018) relata que instalações como, hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços turísticos, são serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística.

Turismo é o movimento de pessoas para fora das áreas de residência do cotidiano, com uma duração não inferior a 24 horas (MATHIESON; WALL, 1982 apud GONÇALVES, 2012). Middleton (1988 p.8) “Considera que o turismo inclui qualquer atividade que envolva o movimento temporário de curto prazo de pessoas para um destino fora dos locais onde normalmente vivem e trabalham, e as suas atividades durante a estadia nesses destinos”. Segundo o Ministério do Turismo (2007) turismo é todo qualquer deslocamento de um conjunto de turistas, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, unidirecionalmente, com um ponto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção”. Em 2010, definiu como “Número de pessoas que efetivamente viajam para um destino ou localidade” (MTUR, 2010 p.13). Beni (2019) conceitua o turismo como um sistema aberto, tendo ligações no conjunto das ações operacionais, no conjunto das relações ambientais, e no

conjunto da organização estrutural. O autor relata que cada conjunto tem seus elementos básicos e que se conectam no sistema total.

Em 1995, Burns e Holden, analisaram diversas definições de turismo anteriores e concluíram que:

O turismo pode ser definido de muitas maneiras, variando as definições de acordo com o objectivo subjacente à definição. Existem geralmente três aspectos aceites para a definição do turismo. O primeiro diz respeito ao objectivo ou motivação da visita (como a distinção entre, por exemplo, negócios e prazer, peregrinação e ritual de passagem). O segundo elemento em causa será o tempo, tornando-se importante na diferenciação entre passeios e viagens que envolvem dormidas. Em terceiro lugar, uma definição deve ter em conta as situações específicas, permitindo categorias que podem ou não ser contabilizadas como turismo (tais como as migrações, o trânsito, os cruzeiros marítimos) (BURNS; HOLDEN, 1995, p.5).

McIntosh et al. (1995), buscaram identificar outro conceito para o turismo, o qual abrange a oferta e a demanda, evidenciando a relação entre os vários fatores que integram a indústria, a comunidade e o sistema funcional do turismo. Segundo Amaral (2021 p.1) “o turismo como atividade econômica apresenta especificidades quanto à oferta de produtos e serviços disponibilizados para satisfazer as necessidades dos turistas”.

Em 2018, Ledhesma define turismo como “fenômeno social, de sujeitos para sujeitos, que não é uma atividade econômica, que não é uma indústria e não é definida por limites espaciais ou temporais” (LEDHESMA, 2018 p. 8). O autor relata também que:

Turismo é tecnologia, é educação, é política, é natureza, é esporte, é filosofia, é comunicação, é psicologia, é arte, é história ... e mais, é economia. O primeiro dos erros que professores, alunos e jornalistas cometem com o turismo, é reduzir o todo a uma de suas partes (LEDHESMA, 2018 p. 11).

Na obra de McIntosh e Goeldner (1986), observaram diversas abordagens para o estudo do turismo, sendo elas: Abordagem institucional, onde engloba os intermediários e todas as instituições que desempenham atividades turísticas; Abordagem pelo produto, considera o estudo dos produtos turísticos, a partir de sua produção até o seu consumo; Abordagem histórica, envolve atividades turísticas em uma perspectiva evolutiva; Abordagem empresarial, fazendo a gestão da empresa, tais como, planejamento, preço, controle, entre outros; Abordagem econômica, considera a importância do turismo para a economia global e nacional; Abordagem sociológica, engloba o estudo do turista e do impacto que o ramo turístico tem na sociedade; Abordagem geográfica, considera a localização, ambiente, clima e a economia; Abordagem interdisciplinar, abrange todos os aspectos da sociedade pelas instituições com competências legislativas, e por fim, a Abordagem sistêmica, engloba os outros segmentos que fazem relação com o turismo.

Ledhesma (2018) identificou na sua obra diversos tipos de turismo e agrupou em 4 categorias, sendo elas, turismo corporal, intelectual, material e ambiental. O autor relata, que os tipos de turismo podem ser praticados de forma simultânea para atender o desejo do turista, na busca de diversão, descanso e novas experiências.

A Figura 1 mostra as 4 categorias e os demais tipos de turismo.

Figura 1 – Tipos de turismo

Tipos de turismo según el objetivo del turista:			
1	Corporal	De salud	Médico
			De bienestar
		De gestación	De parto
			Abortivo
		Sexual	
		Activo	De aventura
			Deportivo
2	Intelectual	Religioso	
		Educativo	Artístico/patrimonial
			Congresos y ferias
			Idiomático
			Científico
Gastronómico			
		Virtual	
3	Material	De transferencia	De compras
			De venta
			De canje
		De negocios	
		Empresarial	
		De lujo	
4	Ambiental	De naturaleza	Responsable
			Recreativo
			Negativo
		Social	Etnográfico
			Solidario
			Rural
			De Celebraciones
		De la muerte	Del dolor
			Del Terror
			Suicida
Del universo	Astronómico		
	Espacial		

Fonte: Ledhesma (2018)

O grupo do turismo corporal engloba as experiências com o corpo do turista, o qual pode ser: de saúde, onde tem atividades de estética e para relaxamento; de gestação, onde mulheres buscam dar a luz em outros países ou cidades com melhor qualidade de vida para seus filhos, ou buscam países onde o aborto é legalizado; sexual, esse subgrupo compreende na busca de práticas sexuais ilegais do local de residência do turista; e ativo, onde engloba todos os tipos de atividades físicas, tanto em terra, ar ou água, na busca de diversão ou competitividade (LEDHESMA, 2018).

O grupo do turismo intelectual envolve os processos sensoriais do turista, dividido em: religioso, busca de práticas espirituais; educativo, busca por aprendizado, procurando artes, participando de congressos, adquirir novas experiências e aprender outro idioma; gastronômico, busca por novos pratos da cultura do local; e virtual, onde a tecnologia está presente (LEDHESMA, 2018).

O grupo do turismo material gira em torno da posse de objetos, onde é distribuído em: transferências de carga, busca de intercâmbios de produtos, por meio de compra, venda ou troca; negócios, obtenção de acordos e benefícios; empresarial, visitas em indústrias/organizações para conhecer as instalações, o trabalho e as pessoas; luxo, busca de locais famosos e reconhecidos, e maior conforto (LEDHESMA, 2018).

O grupo do turismo ambiental envolve todas as ações voltadas ao ambiente do local de turismo, o qual pode ser: natureza, busca estar em contato com o natural, os animais, vegetais, a atmosfera e os minerais da área; social, procura entender e viver como o povo do local, de morte, busca por lugares onde a morte de certa forma domina, isto é, lugares destruídos por catástrofes naturais ou sociais, lugares onde se mantem lendas ou cidades assombradas, ou a busca de um lugar para tirar a vida; universo, busca por conhecer todo o universo, desde um local para melhor visualização do céu até uma viagem espacial (LEDHESMA, 2018).

Desse modo, fica claro a importância do setor de turismo para a economia de vários países, como Espanha, México, Europa, Américas e Itália. A expansão das atividades

turísticas confirma a importância do setor, chegando a 1,5 bilhão de turistas internacionais globalmente no ano de 2019, e empregando 319 milhões de pessoas no mundo todo (OMT, 2020). Segundo o Ministério do Turismo (2021), a atividade turística gerou mais de 21,5 mil de empregos no ano de 2020, destacando o segmento de hospedagens e alimentação, evidenciando um fator significativo para o mercado econômico nacional. O secretário geral da Organização Mundial do Turismo – OMT, Taleb Rifai, ressalta que o crescimento do setor de turismo, exige maior responsabilidade de proporcionar a sustentabilidade nos seus três pilares: o social, o econômico, e o ambiental (OMT, 2017).

A chegada da pandemia do Covid-19 afetou diretamente as viagens turísticas, atingindo 90% da população mundial e paralisando o setor em meados de 2020 (GÖSSLING, SCOTT E HALL, 2020). Assim, o próximo tópico discute os aspectos relacionados a intenção de viajar na pandemia do Covid-19.

2.2.1 Turismo na pandemia do Covid-19 e intenção de viajar

O setor de turismo está propenso a crises e desastres naturais, já que grande parte de suas atividades dependem do setor externo (MARQUES et al., 2020). Com a disseminação do vírus SARS-CoV-2 em todo o mundo, a receita global do setor de viagens e turismo, em 2020, tinha a previsão de US\$ 710 bilhões, porém foi estimada em US\$ 447,4 bilhões, tendo uma perda de 34,7% comparando o ano de 2019 (STATISTA, 2020 apud AMARAL, 2021). No Brasil, de acordo com a Fundação Getúlio Vargas - FGV (2020) projeta-se que o PIB do setor de turismo deve cair 38,9% em relação a 2019.

Em vista disso, a indústria do turismo foi um dos primeiros setores a sentir o impacto da pandemia, em razão da natureza de suas atividades, que se concretizam na troca de bens e serviços e na locomoção de pessoas para determinados destinos (OMT, 2020). Segundo Pforr e Hosie (2008) as crises e desastres naturais não são acontecimentos novos no meio do turismo, na verdade, o setor parece estar em ameaça quase que permanente de mais uma crise, pois sempre terá impasses em determinados lugares do mundo. Nos últimos 40 anos, o mundo vem sofrendo diversas crises sanitárias, tais como, HIV, Ebola, SARS, H1N1, entre outras, porém nenhuma dessas teve implicações globais semelhantes como a Covid-19 (GÖSSLING et al., 2020).

Atualmente em um mundo mais globalizado, com viagens a lazer e negócios, migrações e turismo, fatores que possibilitaram que o vírus circulasse de região para região de forma acelerada, contribuindo para a contaminação da população dos países, e por essa razão, os decretos governamentais fecharam as fronteiras e ordenaram distanciamento social (SHI et al., 2020). No mês de abril de 2020, todos os países continham restrições de viagens relacionadas à Covid-19, para a proteção da população e pessoal, nunca na história as viagens foram controladas e limitadas dessa forma mundialmente (UNWTO, 2020).

Nesse cenário o consumidor de turismo é também afetado por essas restrições, pois é impedido de exercer a atividade turística livremente, por causa da crise econômica, crise na saúde, fechamento de fronteiras e restrições de mobilidade social. Por essa razão, Romagosa (2020) relata que há mudanças no comportamento do consumidor de turismo tanto pela redução do poder de compra, quanto por maior entendimento sócio ambiental. Galvani, Lew e Perez (2020 p.2) relatam que “as viagens e o Turismo poderiam ser uma boa coisa se intencional e diretamente abordassem o objetivo de permitir que as pessoas se tornassem mais conscientes e sensíveis ao planeta como uma entidade inteira”.

A intenção de viajar é um processo gradativo e passa por várias etapas, e a tomada de decisão do consumidor é contraintuitiva, e frequentemente o conhecimento mais subjetivo

leva a melhores escolhas (TASSIELLO; TILLOTSON, 2020). Em tempos de pandemia, a intenção de viajar está ligada com a percepção de risco percebido da pandemia, o qual gera uma barreira para o turista viajar para outros países (LEE et al., 2012).

Uma pesquisa realizada em Portugal, em relação aos efeitos da pandemia nas viagens e férias da população, os autores verificaram que 59,3% dos consumidores cancelaram ou reagendaram as viagens programadas por conta dos efeitos do vírus, 76,9% alteraram o plano de férias com preocupação de infecção do vírus, condições das férias, despesas e adoção de comportamentos seguros e optaram em permanecer em suas casas ou visitar familiares próximos (BRITO-HENRIQUES; BOAVIDA-PORTUGAL; ARROBAS, 2020). Romagosa (2020, p.691) corrobora com esse resultado afirmando que “uma das mais prováveis consequências será o foco do consumidor no turismo de proximidade [...] entendido como turismo e viagens próximas de casa”.

Em relação ao futuro, os resultados são quase unânimes, tendo frustração em relação a viajar com segurança ainda em 2021, mesmo com o surgimento de vacinas eficazes (BRITO-HENRIQUES; BOAVIDA-PORTUGAL; ARROBAS, 2020). De acordo com Pforr e Rosie (2008) após a crise, os consumidores do setor de turismo tornam-se sensíveis a riscos, e buscam maior segurança.

Com a vacinação em andamento em quase todo o mundo, alguns países estão exigindo como forma de prevenir a disseminação do vírus e para voltar o andamento do setor mesmo que lentamente, a comprovação da vacina do Covid-19. De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (2021) países como Grécia, Israel, Egito, União Europeia, entre outros adotaram essa forma de prevenir e confirmar a vacinação individual, outros países exigem o teste PCR.

Assim, no cenário de pós-pandemia o setor de turismo deverá crescer gradativamente, com a população vacinada e com medidas de precauções para possíveis crises sanitárias futuras. Galvani, Lew e Perez (2020) relatam que alguns impactos e ações poderão permanecer no pós-pandemia, como: distanciamento social; viagens menores e aumento do custo; conscientização do espaço geográfico e pessoal individual; respeito pelo meio ambiente; aumento de tecnologias; entre outras ações.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Buscando atingir o objetivo de identificar a relação entre percepção de risco de contaminação e intenção de viajar durante a pandemia do Covid-19, realizou-se uma pesquisa de abordagem quantitativa e caráter descritivo.

Duarte; Lamonier e Colauto (2008 p. 256) relatam que a pesquisa quantitativa “caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta como no tratamento dos dados” e Gil (2009, p. 28) descreve que a pesquisa quantitativa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O método utilizado na pesquisa é o survey, que se caracteriza pela consulta direta das pessoas, utilizando um questionário como instrumento de pesquisa, cujo comportamento se deseja conhecer. Sucintamente, realiza à petição de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, atingir as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 2009).

A técnica de coleta de dados utilizada foi o questionário, Andrade (2009) conceitua questionário como um instrumento de coleta de dados, composto por uma sequência de

perguntas, que serão respondidas por escrito sem a presença do entrevistador. O questionário utilizado neste estudo, foi adaptado do estudo dos autores Sánchez-Cañizares et al. (2020). A coleta de dados ocorreu através de um questionário on-line, o qual foi enviado por e-mail para a Universidade Federal do Pampa e divulgado nas redes sociais (FACEBOOK, INSTAGRAM E WHATSAPP), com o foco de atingir maior público possível de amostra. Antes da divulgação do questionário, desenvolveu-se um pré-teste em um grupo de 10 pessoas, com o intuito de verificar se os respondentes estavam compreendendo as questões propostas e de corrigir alguma falha. Segundo Zeisel (2006), o pré-teste, se corretamente aplicado e em respondentes conscientes, pode atentar para problemas na pesquisa, nos procedimentos metodológicos e, corrigir a rota do processo de pesquisa. O questionário foi destinado a população de adultos do estado do Rio Grande do Sul, nos meses de novembro e dezembro de 2021 e janeiro de 2022, sendo que a amostra final contou com 542 respondentes. A amostragem mínima foi estimada em 150 respondentes, utilizando-se o critério previsto por Hair et al. (2009), ou seja o número total de variáveis do instrumento 30 multiplicado por 5.

A análise de dados ocorreu através de estatística descritiva e testes de amostra independentes. A estatística descritiva tem por objetivo a descrição dos dados de uma amostra ou população, com auxílio de tabelas e gráficos, para melhor entendimento dos dados obtidos (FERREIRA, 2005). Ainda foi realizada a análise fatorial, para identificar associações entre as variáveis, e também a média, moda e desvio padrão dos grupos encontrados através da análise fatorial. A associação da percepção de risco e intenção de viajar foi feita pela análise de correlação, já os testes de amostra independentes analisaram especificamente as percepções, conforme as variáveis: ter contraído o vírus; se perdeu alguém pela doença; ao sexo dos respondentes, e; se pertence ao grupo de risco.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

A pesquisa obteve ao total 542 respondentes em 79 cidades do Estado. Este capítulo está dividido em: 4.1 perfil dos respondentes; 4.2 análise fatorial; 4.3 correlação; e 4.4 Teste t de Student: Diferenças entre grupos independentes.

4.1 Perfil dos Respondentes

Este tópico tem a intenção de atender o primeiro objetivo específico, a saber, mapear o perfil da amostra, a qual mostra os dados sociodemográficos dos respondentes na tabela 01,

Tabela 01 – Perfil Sociodemográfico dos respondentes do Estado

Variáveis	Alternativas	Percentual (%)
Gênero	Masculino	33,9
	Feminino	66,1
Idade	Até 22 anos	35,7
	De 23 a 27 anos	29,1
	De 28 a 39 anos	5,0
	Mais de 40 anos	30,2
Região do Estado	Porto alegre	15,5
	Pelotas	19,6
	Santa Maria	11,1

	Uruguaiana	38,6
	Ijuí	3,0
	Passo Fundo	1,5
	Caxias do Sul	8,5
	Santa Cruz e Lajeado	2,2
Escolaridade	Ensino Fundamental Incompleto	1,3
	Ensino Fundamental Completo	1,8
	Ensino Médio Incompleto	2,8
	Ensino Médio Completo	21,2
	Ensino Superior Incompleto	46,1
	Ensino Superior Completo	10,7
	Pós-Graduação	16,1
Situação Empregatória	Estudante	39,8
	Trabalhador empresa privada	27,3
	Trabalhador organização pública	15,5
	Desempregado	5,4
	Profissional liberal	7,4
	Aposentado (a)	4,6
Renda	Não possui renda	23,2
	Inferior a 1 salário mínimo (R\$ 1.101,95)	15,5
	De (R\$ 1.101,95) a (R\$ 2.203,90)	32,8
	De (R\$ 2.203,90) a (R\$ 3.305,85)	12,4
	De (R\$ 3.305,85) a (R\$ 4.407,80)	6,1
	Mais de (R\$ 4.407,80)	10,0

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

As cidades do estado do Rio Grande do Sul, foram agrupados em 8 regiões, para melhor análise dos resultados: Região de Porto Alegre, com 85 respostas; Região de Pelotas, com 105 respostas; Região de Santa Maria, com 60 respostas; Região de Uruguaiana, com 207 respostas; Região de Ijuí, com 17 respostas, Região de Passo fundo, com 8 respostas; Região de Caxias do Sul, com 50 respostas, e Região de Santa Cruz e Lajeado, com 10 respostas.

Ao analisar a tabela 01, pode-se observar que a maioria dos respondentes da pesquisa é do gênero feminino, com 66,1% das respostas. Segundo o IBGE, no ano de 2019, as mulheres representavam 52,2% da população do Brasil (GANDRA, 2021), e no Rio Grande do Sul, 51,3% da população do Estado eram mulheres (RIO GRANDE DO SUL, 2020). Maior parte dos respondentes da pesquisa tem entre 18 e 22 anos (35,7%), este dado pode estar relacionado devido ao grupo de amigos e conhecidos dos pesquisadores, e também, pelo fato da divulgação nas redes sociais, assim como a concentração dos respondentes na região de Uruguaiana (38,6%), fato este que pode ser explicado em razão de o pesquisador residir em cidade que faz parte de tal região do estado.

Em relação a escolaridade, 46,1% dos respondentes possuem nível superior incompleto. Assim sendo, 39,8% dos respondentes são estudantes. Em 2018, segundo o IBGE, no Brasil 32,7% da população possuía nível superior incompleto (IBGE, 2019). No que se refere a renda, 32,8% dos respondentes possuem renda entre um e dois salários

mínimos. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE apresentou que a renda total da população do Rio Grande do Sul caiu 3,84% em decorrência da pandemia da Covid-19 no ano de 2020, chegando a média de R\$ 2.523,00 (IBGE, 2020). Frasilho et al. (2016) corrobora para esse dado, afirmando que o impacto na economia dos países durante uma pandemia, apresenta consequências práticas, como, a pobreza, o desemprego e a recessão da economia em geral.

Dando sequência a análise dos dados, os respondentes foram inquiridos sobre questões relacionadas a pandemia e a intenção de viajar, que pode ser visualizado na tabela 02.

Tabela 02 – Perfil dos respondentes em relação a dados da pandemia da Covid-19

Variáveis	Alternativas	Percentual (%)
Grupo de risco	Não	79,2
	Sim	20,8
Tipo de grupo de risco	Idade	2,1
	Doenças crônicas	17,8
	Gestante	0,9
	Linha de frente	0,4
Contraiu Covid-19	Não	72,1
	Sim	27,9
Se contraiu, desenvolveu sintomas	Leves	63,7
	Moderados	33,6
	Graves	2,7
Ficou hospitalizado	Não	97,3
	Sim	2,7
Perdeu alguém próximo em decorrência do Covid-19	Não	61,6
	Sim	38,4
Está vacinado (a)	Não	0,7
	Sim, com dose única	1,5
	Sim, com a 1ª dose	5,5
	Sim, com a 2ª dose	76,2
	Sim, com a 3ª dose	16,1
Pretende viajar a turismo nos próximos meses	Não	51,8
	Sim	48,2
Tipo de viagem	Nacional	95,1
	Internacional	4,9
O que impede de viajar	Risco do contágio	38,0
	Questões Financeiras	34,0
	Opinião de amigos/familiares	4,8
	Risco do contágio, Questões Financeiras	17,8
	Trabalho	3,0
	Estudo	1,1
	Falta de tempo e escolha própria	3,0

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar a tabela 02, é possível observar que grande parte dos respondentes não pertence ao grupo de risco, e dos 20,8% que pertencem ao grupo de risco, 17,8% são

portadores de doenças crônicas, desde casos de doenças respiratórias como sinusite, asma e bronquite; até doenças mais graves como hipertensão, diabetes, doenças renais crônicas, imunossupressão, transfundidos, câncer e valvulopatia. Osório et al. (2020) relata que, pessoas que possuem alguma doença crônica como asma, hipertensão e diabetes, e idosos acima de 60 anos, são os indivíduos mais propensos a ter complicações e morrer de Covid-19.

O próximo dado coletado, é em relação a contaminação pelo vírus da Covid-19, onde apenas 27,9% da amostra deste estudo, contraíram o vírus. O estado do Rio Grande do Sul, no dia 12 de Fevereiro de 2022, atingiu 2 milhões de casos conhecidos pela Covid-19 desde o início da pandemia, o qual corresponde à 17,5% da população do Estado (G1, 2022). E dentre os respondentes que contraíram o vírus, a maioria teve sintomas leves (63,7%) e não ficaram hospitalizados (97,3%).

Quanto a questão se perdeu alguém próximo em razão da contaminação com o vírus, 61,6% responderam que não perderam familiares ou amigos próximos por razão do vírus, provavelmente a campanha de vacinação influenciou nessa questão, pois estar vacinado aumenta a imunidade do organismo, evitando mortes e sequelas (FIOCRUZ, 2021). O próximo dado se refere a estar vacinado, 76,2% estão vacinados com a 2ª dose da vacina, apenas 0,7% dos respondentes não estão vacinados contra a Covid-19. No Rio Grande do Sul, no dia 25 de fevereiro de 2022, 74,5% da população está com a 2ª dose da vacina (G1, 2022). Sendo que o estado do RS está em 7º lugar em relação a vacinação da sua população nos estados do Brasil, com 9.235.176 de pessoas com a primeira dose aplicada, equivalente a 81,92% da população (G1, 2022).

No que se refere a intenção de viajar, os resultados dos dados coletados, indicam que 51,8% dos respondentes não pretendem viajar nos próximos meses, por causa do risco de contágio e questões financeiras. Fuzetti et al. (2020) confirmam esse dado, relatando que as pandemias são agentes que causam a devastação de modelos sociais e econômicos de uma população, destruindo impérios, e mudando a vida das pessoas pós-pandemia. Portanto, a pandemia não afeta só a saúde das pessoas mas também suas questões financeiras. Só 48,2% da amostra pretendem viajar, a maioria das viagens dentro do país, apenas 4,9% dos respondentes que vão viajar, irão para fora do Brasil, ou seja, é possível perceber que o setor do turismo sofreu grandes impactos em decorrência da pandemia. Em uma reportagem do SBT, realizada pela repórter Drielly Peniche, o médico infectologista e epidemiologista Bruno Scarpellini, relatou que:

"É importante entender a situação epidemiológica do local para onde você está indo. Se for uma viagem dentro do Brasil, por enquanto a situação está bem controlada. Estamos muito melhor do que estivemos há um ano, mas se pudessem evitar viajar ou optar pelo transporte de carro, seria bem melhor" (SCARPELLINI, 2021).

Na reportagem, Paniche (2021) ressalta que quase 20% da população do Brasil estava com viagens planejadas para o natal e ano novo, mesmo com a nova variante do Covid-19 – Ômicron, que segundo o médico, é mais transmissível, possui duas vezes mais mutações em sua composição do que a anterior, e um risco de reinfecção três vezes maior.

Portanto, no que se refere ao mapeamento do perfil da amostra deste estudo, a grande parte dos respondentes são do gênero feminino, jovens, da região de Uruguaiana, estudantes de nível superior, e possuem renda entre R\$ 1.101,95 a R\$ 2.203,90. Também, a maioria dos respondentes não pertence ao grupo de risco para a Covid-19, não se infectaram com o vírus, não perderam familiares ou amigos próximos, e não pretendem realizar viagens por conta do risco de contaminação e também pelas suas questões financeiras.

O próximo tópico apresenta a análise fatorial das escalas intenção de viajar e percepção de risco de contágio pelo vírus Covid-19.

4.2 Análise Fatorial

Com a intenção de realizar a análise fatorial da escala foram utilizadas, inicialmente, as 19 questões das escalas, a qual correspondem ao bloco 2 do questionário – intenção de viajar e, risco de contágio, com o objetivo de identificar possíveis associações entre as variáveis, para então, agrupá-las em fatores comuns.

Para dar início a análise fatorial, foram realizados, os testes Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett (PESTANA; GAGEIRO, 2008). Logo, identificou-se que os resultados dos testes de adequação e esfericidade da amostra foram considerados satisfatórios, sendo que o KMO apresentou coeficiente de 0,871 e o teste de Bartlett apresentou resultado significativo (sig 0,000).

Referente às comunalidades, seguindo a orientação de Field (2009), variáveis que apresentam valores inferiores a 0,5, devem ser excluídos da análise. Desse modo, realizou-se tal procedimento, sendo que 02 variáveis foram suprimidas da análise, a saber: (“viajar ou não na situação atual é inteiramente minha escolha” e, “eu me sinto mais seguro estando vacinado para viajar”).

Dando seguimento a análise fatorial, na intenção de realizar a extração dos fatores, utilizaram-se os critérios dos autovalores (eigenvalues) maiores que 1,0 e porcentagem da variância explicada. Assim, dois fatores foram encontrados com autovalores superiores a 1,0, sendo que o primeiro explicou 49,730% da variância, e os dois fatores, em conjunto, explicaram 70,708% do total da variância.

Tabela 03 - Fatores extraídos da Análise Fatorial

Fatores	Autovalores	Variância Explicada	
		Percentual	Acumulada
1	4,476	49,730	49,730
2	1,888	20,978	70,708

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Logo após obter a distribuição das variáveis nos fatores, realizou-se a aplicação do Alpha de Cronbach, com a intenção de identificar a confiabilidade da distribuição fatorial, o qual sua composição pode ser observada na Tabela 04.

Tabela 04 - Alpha de Cronbach dos fatores

Fatores	Variáveis	Alpha de Cronbach
1- Intenção de viajar durante a pandemia	16, 17, 18, 19, 21	0,904

2- Percepção de Risco de contágio em viagens	12,13, 14, 15	0,832
--	---------------	-------

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao observar a tabela 04, apresenta-se os indicadores de Alpha de Cronbach, que para Hair et al. (2009), um valor acima de 0,5 é considerado aceitável e quando é igual ou superior a 0,7 é considerado um bom indicador. Portanto, é possível perceber que os dois fatores analisados obtiveram bons indicadores segundo os autores (fator 1 com 0,904, e o fator 2 com 0,832).

Em seguida, com a finalidade de verificar os valores de média, moda e desvio-padrão, correspondentes aos fatores de intenção de viajar durante a pandemia (fator 1), tendo em vista a escala likert de 5 pontos (1- Discordo Totalmente; 5- Concordo Totalmente), apresenta-se a Tabela 05.

Tabela 05 - Média, Moda e Desvio Padrão dos fatores extraídos da análise fatorial

Fator 1: Intenção de viajar durante a pandemia	Média	Moda	Desvio Padrão
16. Eu pretendo viajar a turismo, nos próximos 6 meses.	3,15	5,0	1,662
17. Eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses.	2,90	1,0	1,666
18. Eu planejo visitar algum lugar turístico em específico, fora da cidade que eu moro.	3,06	5,0	1,669
19. Se eu necessito viajar a lazer no curto/médio prazo pretendo fazê-lo	3,36	5,0	1,469
21. Tenho os recursos (financeiros/psicológicos) necessários para viajar na situação atual.	3,09	3,0	1,446
Dados gerais do fator 1	3,1133	5,0	1,34835

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar o fator 1 apresentado na tabela 05, apenas a questão 17 (“eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses”) teve média abaixo de 3,00, obtendo um valor de 2,90. Esse resultado se aproxima da porcentagem da Tabela 02, no tópico perfil dos respondentes, no qual pouco mais da amostra (51,8%) dos respondentes relataram que não pretendem viajar a turismo nos próximos meses, assim ficando com uma média menor em relação as outras questões da pesquisa. Lee et al. (2012) confirmam esse dado, onde relatam que a intenção de viajar está totalmente ligada com a percepção de risco das pessoas, gerando barreiras para viajar. Shi et al. (2020), afirmam que as viagens a lazer e negócios, migrações e turismo, possibilitaram que o vírus circule de região para região de forma acelerada, contribuindo para a contaminação da população dos países.

A questão 16 da pesquisa (“eu pretendo viajar a turismo, nos próximos 6 meses”) obteve uma média de 3,15, tal resultado assemelha-se ao estudo de Sánchez-Cañizaresde et al., (2020), em que a mesma questão alcançou uma média de 2,55. Assim, pode-se constatar que no Brasil, no estado do Rio Grande do Sul, segundo a amostra da pesquisa, o índice de pessoas com a intenção de viajar é mais elevado que na Espanha. Tal resultado pode estar relacionado a esperança de que pelo menos daqui há 6 meses a pandemia pode estar minimizada, tendo em vista que países da Europa já declararam o fim da pandemia, flexibilizando as restrições contra a covid-19, em decorrência da vacinação em massa e a dose de reforço (MIRANDA, 2022).

Também na questão 16 desta pesquisa, apresenta-se um desvio padrão de 1,66, enquanto na pesquisa de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020), é de 0,91. Ou seja, comparando as respostas dessa questão das duas pesquisas, a presente pesquisa, divergiu em maior quantidade do que na Espanha. Já na questão 19 (“se eu necessito viajar a lazer no curto/médio prazo pretendo fazê-lo”), o índice do desvio padrão no Brasil é inferior do que na Espanha, que atingiu 2,07.

Além disso, na questão 19 obteve a média mais elevada com 3,36, pois a concentração das respostas obtidas penderam para a alternativa 5 da escala likert (concordo totalmente) com 32,9%, tendo quase o dobro das respostas da alternativa 1 da escala likert (discordo totalmente) com 17,6%. Na pesquisa realizada na Espanha, a média dessa questão chegou bem próxima a este resultado, apresentando índice de 3,48 (SÁNCHEZ-CAÑIZARESDE, et al., 2020). Song, Livat, Ye (2019) relatam que os viajantes a lazer procuram um destino turístico que proporcionem o máximo de benefícios pessoais com o menor risco possível de contaminação.

No que tange a questão 21 (“tenho os recursos (financeiros/psicológicos) necessários para viajar na situação atual”), a média encontrada nesta pesquisa é de 3,09, onde na de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020) é de 4,42. Em 2020, o PIB da Espanha em decorrência do impacto da pandemia da Covid-19, diminuiu 11%, maior índice desde a guerra civil, país que depende grandemente do setor de turismo (PRESSE, 2021). De acordo com Alvarenga (2021) a posição do Brasil em relação a valores correntes no ano de 2021, é inferior a Espanha, que está na 13ª posição e o Brasil na 14ª posição. Portanto, esse fator pode ter influenciado nos dados dos respectivos países. Já em termos psicológicos Wang et al. (2020), corroboram para esse resultado, relatando que o distanciamento social pode causar implicações nos indivíduos, tais como, medo, insegurança e ansiedade.

Em relação aos índices do desvio padrão do fator 1, que conforme Takahashi (2009) é o índice que mostra a diferença da média de cada valor em um dado conjunto, partindo de 0, onde não apresenta variação, e quanto maior o valor, maior a diferença de respostas da média. Todos dados coletados apresentaram índices maior que 1,0, que corresponde a índices altos segundo o autor, assim sendo, altos índices de desvio-padrão, indicam variação das respostas dos inqueridos.

Consequente, apresenta-se na tabela 06, as estatísticas descritivas relacionadas ao fator 2 nominado “Percepção de Risco de contágio em viagens”.

Tabela 06 - Média, Moda e Desvio Padrão dos fatores extraídos da análise fatorial

Fator 2: Percepção de Risco de contágio em viagens	Média	Moda	Desvio Padrão

12. A pandemia do Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar.	3,97	5,0	1,249
13. Dada a atual situação, eu prefiro evitar viagens para cidades maiores.	3,75	5,0	1,377
14. Dada a atual situação, eu prefiro encurtar a duração das minhas possíveis viagens.	3,51	5,0	1,454
15. Eu me sinto inseguro em viajar devido ao risco da pandemia da covid-19.	3,52	5,0	1,414
Dados gerais do fator 2	3,6877	5,0	1,12130

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar o fator 2 na tabela 06, observa-se que a média mais elevada (3,97), concentra-se na questão 12 (“a pandemia do Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar”), 50% dos respondentes escolheram a alternativa 5 da escala de likert e apenas 6,6% optaram pela alternativa 1 da escala de likert. Romagosa (2020) confirma esse achado, relatando que o comportamento do turista altera devido a pandemia, por decorrência dos decretos de distanciamento, onde vários países fecharam fronteiras e alteraram as normas para as viagens.

Já a questão 14 (“dada a atual situação, eu prefiro encurtar a duração das minhas possíveis viagens”), obteve a média mais baixa, com 3,51. Resultado esse que difere dos achados de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020), a média é de 4,91, uma das mais altas da pesquisa na Espanha. Para corroborar com tal dado, Silva; Cipriano e; Costa (2020) relatam que após a pandemia as pessoas irão optar por viajar em veículos particulares, com curta duração da viagem, e economizar em seus gastos.

Em relação a questão 13 “Dada a atual situação, eu prefiro evitar viagens para cidades maiores”, sua média resultou em 3,75, já no estudo de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020), a média é a mais alta da pesquisa na Espanha, com 5,58. Romagosa (2020, p.691) comprova esse resultado, relatando que “uma das mais prováveis consequências será o foco do consumidor no turismo de proximidade [...] entendido como turismo e viagens próximas de casa”.

Quanto a questão 15 “eu me sinto inseguro em viajar devido ao risco da pandemia da covid-19” a média encontrada é de 3,52, e na pesquisa realizada na Espanha, a média é de 5,11 (SÁNCHEZ-CAÑIZARESDE, et al., 2020). Em Portugal, os dados encontrados da pesquisa de Brito-Henriques; Boavida-Portugal; Arrobas (2020) mostram a mesma situação, 59,3% da população cancelaram ou reagendaram as viagens programadas por causa da pandemia da covid-19, e 76,9% alteraram o plano de férias com preocupação de infecção do vírus, condições das férias, despesas e adoção de comportamentos seguros e optaram em permanecer em suas casas ou visitar familiares próximos.

No que tange ao desvio padrão do fator 2, todos os índices encontram-se maiores que 1,0, ou seja, índices altos, evidenciando diferenças significativas nos respondentes desta amostra. Na pesquisa de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020) os autores encontraram índices semelhantes e maiores que 1,0, porém todos os valores maiores que este estudo realizado no

Brasil. Portanto, a população da Espanha, em suas respostas, divergiu em maior quantidade do que os respondentes deste estudo.

4.3 Correlação

Este tópico tem a intenção de responder a questão de pesquisa, a qual tem por finalidade descobrir a relação da percepção de risco de contágio e a intenção de viajar na pandemia da covid-19, que pode ser observada no Quadro 02.

Quadro 02 – Correlação entre intenção de viajar e percepção de risco

Correlação	Percepção de Risco
Intenção de Viajar	-,386**
	,000

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

No que se refere a correlação entre intenção de viajar e percepção de risco, valores negativos e menores que 0,4 indicam, correlações baixa (PESTANA E GAGUEIRO, 2008). Portanto, é possível constatar observando o Quadro 02, que a medida que a percepção de risco do contágio aumenta, a intenção de viajar diminui, tendo em vista o índice negativo. Tassiello; Tillotson (2020) confirmam esse dado, relatando que quanto mais informações sobre o destino das viagens e a situação como se encontra o país, menor é a intenção de viajar.

No primeiro surto da Síndrome Respiratória Aguda Grave – SARS, na China, em 2003, vários cidadãos japoneses deixaram de viajar para fora do Japão no início da epidemia por conta do vírus Cooper (2006). Ou seja, a população do Japão, percebendo o risco de contaminação, optou em permanecer no país para não correr maior risco de contágio. Na China, ocorreu a mesma situação, segundo Wen e Kavanaugh (2005) no início da epidemia, o vírus da SARS despertou pânico na população, diminuindo o número de viagens, por conta das emoções de medo e insegurança geradas através do risco de contágio.

No estudo de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020), os resultados sobre o risco percebido em relação a intenção de viajar e a atitude para viajar da população na Espanha, indicaram o mesmo resultado, influenciando negativamente a tomada de decisão, ou seja, quanto maior o risco percebido, menor é a intenção e a atitude de viajar.

Outro estudo sobre a percepção de risco de contaminação da covid-19 em viagens aéreas no estado de Santa Catarina, no Brasil, confirma essas informações. Os autores Pereira et al. (2020), constataram que todos os índices coletados no estado, permaneceram em alta referentes a percepção de risco. Nas primeiras semanas da pandemia, os índices foram mais baixos, mas a medida que se passava os dias e o aumento de casos, essa percepção aumentava gradativamente, e com isso, a intenção de viajar diminuía.

Consequente o próximo tópico, são apresentados os grupos independentes e suas respectivas diferenças entre o fator 1 (intenção de viajar durante a pandemia) e o fator 2 (percepção de risco de contágio em viagens).

4.4 Teste *t* de Student: Diferenças entre grupos independentes

Este tópico tem a finalidade de responder o último objetivo proposto do estudo, o qual compreende a identificar as diferenças na percepção de risco e a intenção de viajar no

contexto da pandemia em relação a: ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo pela doença; ao sexo dos respondentes, e, se pertence ao grupo de risco.

4.4.1 Diferença entre grupos independentes: Contraíu o vírus da covid-19

Buscando identificar se as pessoas que contraíram o vírus tem opinião divergente das que não contraíram em relação a intenção e percepção de risco, realizou-se o teste t de student, sendo que os dados obtidos, podem ser visualizados na tabela 07.

Tabela 07 – Diferenças na percepção entre as pessoas que contraíram e que não contraíram o vírus

Fator	Média	Grupos	Sig
Fator 1- Intenção de viajar durante a pandemia	3,0527	Não	0,092
	3,2702	Sim	
Fator 2 - Percepção de risco de contágio em viagens	3,7986	Não	0,000
	3,4007	Sim	

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao observar a Tabela 07, em relação ao fator 1, o sig encontrado é $> (0,05)$, que conforme Field (2009), $\text{sig} < (0,05)$, representa diferenças nas médias entre os grupos, enquanto que $\text{sig} > (0,05)$ indica igualdade nas médias dos respondentes dos grupos em questão. Sendo assim, a intenção de viajar durante a pandemia indica igualdade nas médias dos respondentes dos grupos. Desse modo, é possível afirmar que não existe diferença na intenção de viajar entre os indivíduos que contraíram e os que não contraíram o vírus.

Em uma entrevista do jornal Gazeta do Sul, a consultora de turismo da Matte Viagens, Andrea Matte, relata que os meses do verão são de alta procura, “nessa época, mesmo em meio à pandemia, as pessoas estão bem otimistas, bem confiantes e têm solicitado orçamentos e informações” (MATTE, 2022). Porém, a consultora Danuza Schilling, da Megah Viagens, vai de acordo com essa informação, contando que percebeu uma relutância dos passageiros em fechar os pacotes e a desistência de quem já estava com viagens programadas para janeiro e fevereiro desse ano (SCHILLING, 2022).

Em relação a percepção de risco, tendo em vista o $\text{sig} < (0,05)$, representa diferenças nas médias entre os grupos. Assim, é possível supor que os indivíduos que não contraíram o vírus percebem mais risco de contágio em relação aos indivíduos que contraíram, os quais apresentam média representativa a indiferente na escala likert. Figueira et al. (2020) confirmam esse dado, relatando que por medo de contaminação e transmissão, os consumidores evitam destinos turísticos onde ocorrem aglomerações.

H0a: Não existe diferença na intenção de viajar entre os indivíduos que já contraíram o vírus Covid-19 e os indivíduos que não contraíram o vírus.

A hipótese foi suportada $\text{sig} > (0,05)$.

H0b: Não existe diferença na percepção de risco de contágio em viagens entre os indivíduos que já contraíram o vírus Covid-19 e os indivíduos que não contraíram o vírus.

Hipótese não confirmada o $\text{sig} < (0,05)$.

4.4.2 Diferença entre os grupos independentes: Perdeu alguém próximo

Buscando identificar se as pessoas que perderam familiares ou amigos próximos para o vírus, possuem opinião divergente das que não perderam alguém para o vírus em relação a

intenção e percepção de risco, realizou-se o teste t de student, sendo que os dados obtidos, podem ser visualizados na tabela 08.

Tabela 08 - Diferenças na percepção entre as pessoas que perderam ou não perderam alguém próximo.

Fator	Média	Grupos	Sig
Fator 1- Intenção de viajar durante a pandemia	3,1341	Não	,649
	3,0798	Sim	
Fator 2 - Percepção de risco de contágio em viagens	3,6085	Não	,037
	3,8149	Sim	

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Em relação ao fator 1 - intenção de viajar durante a pandemia que apresentou sig > (0,05), assim sendo indica igualdade nas médias dos respondentes dos grupos. Desse modo, é possível afirmar que não existe diferença na intenção de viajar entre os indivíduos que perderam algum familiar/amigo em decorrência da Covid-19 e os que não perderam.

Já o fator 2 - percepção de risco de contágio em viagens, tendo em vista o sig < (0,05), representa diferenças nas médias entre os grupos. Assim, é possível supor que os indivíduos que não perderam alguém para o vírus percebem menos risco de contágio em relação aos indivíduos que contraíram, os quais apresentam média tendência a concordância na escala likert.

O jornal Folha de São Paulo abriu um espaço para desabafos de leitores que perderam entes queridos. Ana Maria Correa da Silva, do Rio de Janeiro, relatou que ela, sua irmã e seus pais se contaminaram pelo vírus na mesma época, e por consequência perdeu seus pais para a covid-19 em menos de 24h, nos dias 6 e 7 de abril de 2020. Falou também que: “[...] até hoje a dor da perda me acompanha, de algum modo relativizada somente quando vejo em perspectiva as milhares de outras famílias que, como a minha, também foram destruídas por esta pandemia. Quase um ano depois, percebo com tristeza que a situação no Brasil, ao contrário de melhorar, só piora. Porém temos que seguir em frente, vivendo um dia de cada vez, com cuidado esperança e ética” (SILVA, 2021).

H0a: Não existe diferença na intenção de viajar entre os indivíduos que perderam alguém próximo em razão do vírus Covid-19 e os indivíduos que não perderam alguém próximo em razão do vírus.

A hipótese foi suportada sig > (0,05).

H0b: Não existe diferença na percepção de risco de contágio em viagens entre os indivíduos que perderam alguém próximo em razão do vírus Covid-19 e os indivíduos que não perderam alguém próximo em razão do vírus.

Hipótese não confirmada o sig < (0,05).

4.4.3 Diferença entre os grupos independente: Sexo

Buscando identificar se em relação ao gênero do respondente, existe opinião divergente em relação a intenção e percepção de risco, realizou-se o teste t de student, sendo que os dados obtidos, podem ser visualizados na tabela 09.

Tabela 09 – Diferença na percepção entre homens e mulheres

Fator	Média	Grupos	Sig
Fator 1- Intenção de viajar durante a pandemia	2,9274	Feminino	,000
	3,4750	Masculino	
Fator 2 - Percepção de risco de contágio em viagens	3,7800	Feminino	,007
	3,5082	Masculino	

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Observando a Tabela 09, pode-se constatar que há diferença nos dois fatores estudados, tendo em vista o sig < (0,05), no fator 1 - intenção de viajar durante a pandemia, os homens tendem a ter maior intenção do que as mulheres, e no fator 2 – percepção de risco de contágio em viagens, as mulheres percebem mais esse risco do que os homens.

Na pesquisa de uma empresa de seguros *Berkshire Hathaway Travel Protection*, Kiefer (2020), confirma os dados encontrados, relatando que os homens são muito mais propensos do que as mulheres a começar a viajar novamente, porém são mais descuidados com os equipamentos de proteção individual. Onde 56% das mulheres falaram que iriam lavar mais as mãos nas futuras viagens, e apenas 44% dos homens responderam que iam fazer o mesmo. Em relação a usar mascaram 54% das mulheres relataram que usariam, e só 43% dos homens responderam igual.

H0a: Homens e Mulheres não apresentam diferença na intenção de viajar.

Hipótese não confirmada o sig < (0,05).

H0b: Homens e Mulheres não apresentam diferença na percepção de risco de contágio em viagens.

Hipótese não confirmada o sig < (0,05).

4.4.4 Diferença entre os grupos independentes: Grupo de risco

Buscando identificar se as pessoas que fazem parte do grupo de risco e que contraíram o vírus tem opinião divergente das que não contraíram em relação a intenção e percepção de risco, realizou-se o teste t de student, sendo que os dados obtidos, podem ser visualizados na tabela 10.

Tabela 10 – Diferença na percepção de pessoas que fazem parte do grupo de risco

Fator	Média	Grupos	Sig
Fator 1- Intenção de viajar durante a pandemia	3,1795	Não	,026
	2,8619	Sim	
Fator 2 - Percepção de risco de contágio em viagens	3,5828	Não	,000
	4,0863	Sim	

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do estudo (2022).

Ao analisar a Tabela 10, os grupos apresentam diferenças nos fatores, tendo em vista o sig < (0,05), sendo que quem contraiu o vírus apresenta menor concordância intenção de viajar, já os que contraíram o vírus percebem mais risco.

No estudo de Sánchez-Cañizaresde et al. (2020), os resultados em relação ao grupo de risco foram parecidos. Os autores obtiveram como resultados que as pessoas pertencentes ao

grupo de risco, tem maior percepção de risco do que aqueles que não tem nenhuma doença crônica ou que não pertencem ao grupo de risco. Fato esse pode ser confirmado, segundo o Hospital Marcelino Champagnat (2020), que afirma, que as pessoas pertencentes ao grupo de risco, devem dobrar os cuidados para evitar a contaminação e problemas maiores. Ao finalizar as análises propostas neste estudo, conseguinte apresenta-se as considerações finais.

H0a: Não existe diferença na intenção de viajar entre os indivíduos que fazem parte do grupo de risco para o contágio do vírus Covid-19 e os indivíduos que não fazem parte do grupo de risco para o contágio do vírus.

Hipótese não confirmada o sig < (0,05).

H0b: Não existe diferença na percepção de risco de contágio em viagens entre os indivíduos que fazem parte do grupo de risco para o contágio do vírus Covid-19 e os indivíduos que não fazem parte do grupo de risco para o contágio do vírus.

Hipótese não confirmada o sig < (0,05).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como questão de pesquisa norteadora: Qual a relação entre percepção de risco de contágio e intenção de viajar diante da pandemia do Covid-19? constatando que quanto maior a percepção de risco de contágio, menor é a intenção de viajar. Assim sendo, após finalizar o estudo, é possível afirmar que os objetivos anteriormente propostos, foram alcançados.

No que tange ao perfil dos respondentes, foi possível constatar a partir dos dados sociodemográficos, que a maioria dos respondentes são do gênero feminino, a faixa etária predominante é de 18 a 22 anos, e a região com maior número de respondentes foi a região de Uruguaiana, a qual contempla a cidade do pesquisador. Já o perfil dos respondentes em relação aos dados da pandemia da covid-19, apenas 20,8% pertencem ao grupo de risco, a maioria possuindo alguma doença crônica. A grande parte dos respondentes não contraíram o vírus, dado esse que pode ser explicado através do grande índice de respondentes vacinados com as duas doses da vacina contra a covid-19. Mais de 50% da amostra não pretende viajar por conta do risco de contaminação e de suas questões financeiras.

Em relação ao segundo objetivo específico, foi realizada a análise fatorial, onde através do resultado duas questões do questionário foram excluídas da análise, pois não alcançaram o valor mínimo nas comunalidades, segundo o autor de referência, são elas: (“viajar ou não na situação atual é inteiramente minha escolha” e, “eu me sinto mais seguro estando vacinado para viajar”). Logo após, emergiram dois fatores da análise: fator 1 – intenção de viajar durante a pandemia e o fator 2 - percepção de risco de contágio em viagens. Apresentando ótimos índices de confiabilidade na distribuição fatorial. Ainda, realizou-se a média, moda e desvio padrão, em que todos os valores encontrados foram altos, com exceção da média na questão 17 “eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses” que alcançou um valor de 2,90. Também pode-se perceber através dos valores elevados no desvio padrão, divergências nas respostas da amostra do estudo.

O terceiro e último objetivo específico, buscou identificar as diferenças na percepção de risco e a intenção de viajar no contexto da pandemia em relação a: ter contraído o vírus; se perdeu alguém próximo pela doença; ao sexo dos respondentes, e, se pertence ao grupo de risco. Onde os resultados alcançados, apresentaram que as pessoas que não contraíram o vírus possuem uma maior percepção de risco de contágio nas viagens; as pessoas que perderam alguém para o vírus da covid-19 também possuem uma maior percepção de contaminação em relação aquelas que não perderam familiares ou amigos próximos. Já nos dois últimos grupos

analisados referentes ao gênero e ao grupo de risco, confirmou que os homens tendem a ter mais intenção de viajar do que as mulheres, porém, as mulheres tem maior percepção de risco de contaminação; e as pessoas que pertencem ao grupo de risco, que já se contaminaram apresentam menor intenção de viajar e maior percepção de risco.

A contribuição teórica deste estudo, se estabelece em trazer conhecimentos sobre turismo em epidemias e pandemias. Também traz o entendimento do setor de turismo e sua contribuição para a economia de países. E por fim, o impacto que a pandemia do covid-19 trouxe para o setor do turismo, tanto a níveis mundiais quanto no Brasil. Para a sociedade e as organizações turísticas, o estudo contribui para as futuras tomadas de decisões em relação a viagens, ajudando as empresas a deixarem seus clientes mais confiantes e diminuir a percepção de risco. Algumas ações que as empresas turísticas poderão aderir são: utilizar as mídias sociais para criar anúncios e campanhas publicitárias que destaquem quais ações estão sendo adotadas pela empresa para diminuir as chances de contaminação, criação de canais para que os consumidores entrem em contato direto com a empresa, criar materiais de conscientização dos turistas sobre contaminação em ambientes de turismo; treinar funcionários para sanarem as dúvidas sobre as ações da empresa para o combate da transmissão do vírus.

As limitações encontradas no decorrer do estudo deram-se pela escassez de literatura sobre o assunto, por se tratar de um fenômeno recente que atingiu todo o mundo. Também na coleta de dados, pois a pesquisa concentrou-se apenas no estado do Rio Grande do Sul e com pessoas maiores de idade. Foram encontradas limitações no momento da divulgação da pesquisa, visto que, muitas universidades do Estado não se disponibilizaram a divulgar o questionário no e-mail institucional. Portanto, as sugestões futuras de estudo, é a realização de pesquisas em outros estados do Brasil, para saber a intenção de viajar na pandemia e a percepção de risco de contágio. Além disso, realizar estudos que buscam identificar e analisar experiências de viagens durante a pandemia. Também, sugere-se pesquisas para o cenário pós-pandêmico, com a intenção de analisar as diferenças encontradas e comportamentos mantidos da pandemia.

REFERÊNCIAS

ABCOMM. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO. **Crise do coronavírus leva consumidores a comprarem pela Internet**. Disponível em: <https://abcomm.org/noticias/crise-do-coronavirus-leva-consumidores-a-comprarempelainternet/>. Acesso em: 18/08/2021.

ALVARENGA, Darlan. Brasil sai de lista das 10 maiores economias do mundo e cai para a 12ª posição, aponta ranking. **G1**. 03 de fev. de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/brasil-sai-de-lista-das-10-maiores-economias-do-mundo-e-cai-para-a-12a-posicao-aponta-ranking.ghtml>. Acesso em: 15/02/2022

AMARAL, Priscila Correa Franco. **A crise do COVID-19 no turismo - O caso da Café e Viagens**. 2021. 82f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós graduação em Administração de Empresas, Rio de Janeiro, 2021.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ANDRADE, Marta Cleia Ferreira de; SILVA, Naiara Gonçalves. O comércio eletrônico (e-commerce) Um estudo com consumidores. **Dialnet**. vol. 7, n. 1, p. 98-111, 2017.

BARRETO, M. L. O que é urgente e necessário para subsidiar as políticas de enfrentamento da pandemia de COVID-19 no Brasil?. **Rev Bras Epidemiol**, Rio de Janeiro, v. 23, p. 1-4, 2020.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: Senac, 2019.

BRASIL. **Portaria nº 188, de 3 de fevereiro de 2020**. Declara Emergência em Saúde Pública de importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo novo Coronavírus (2019-nCoV). Diário Oficial da União. Brasília, DF, 4 fev. 2020. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=PRT&numero=188&ano=2020&data=03/02/2020&ato=9ecUTW61EMZpWT815>. Acesso em: 17/07/2021

BRITO-HENRIQUES, Eduardo; BOAVIDA-PORTUGAL, Inês; ARROBAS, Fernando. Covid-19 e Turismo: danos reputacionais e efeitos da pandemia nos planos de férias e viagens. **Universidade de Lisboa - Centro de Estudos Geográficos**. p. 1-16, 2020.

BURNS, P. e HOLDEN, A. **Tourism: a new perspective**. Hertfordshire: Prentice Hall. 1995.

CB, CORREIO BRAZILIENSE. OMS vê despreparo global. **Correio Braziliense**. 26 de fevereiro de 2020. Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/02/26/interna_mundo_830540/oms-ve-despreparo-global.shtml. Acesso em: 10/08/2021.

CHAUHAN, V., & SHAH, H.. An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak. **Purakala UGC Care Journal**, 31(20), 2020.

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

CONSTANCIO, Felipe. Cinco macrotendências de consumo no pós-Covid 19, segundo a PwC. **Consumidor Moderno**. 6 de agosto de 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/08/06/macrotendencias-consumo-pos-covid/>. Acesso em: 25/08/2021.

COOPER, M. Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 19(2-3), 117-131. 2006.

CORBARI, Sandra Dalila; GRIMM, Isabel Jurema. Pandemia de covid-19 e os impactos no setor do turismo em Curitiba (pr): uma análise preliminar. **Ateliê do Turismo**, v. 4, n. 2.(1), p. 1-26. 2020.

CORONAVÍRUS BRASIL. **Painel Coronavírus**. 10 de agosto de 2021. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 10/08/2021.

COSTA, Marcelo Fernandes. Modelo de crença em saúde para determinantes de risco para contaminação por coronavírus. **Revista de Saúde Pública**, v. 54:47, p. 1-12

Disponível em: <https://saude.rs.gov.br/estado-decreta-situacao-de-calamidade-publica-e-anuncia-novas-restricoes>. Acesso em: 19/07/2021.

DEL CHIAPPA, Giacomo; BREGOLI, Ilenia; ATZENI, Marcello. Uncovering knowledge on travel behaviour during COVID-19: a convergent parallel mixed-methods study in the context of Italy. **Italian Journal of Marketing**, v. 2021, n. 4, p. 393-419, 2021.

DONIDA, Giovana Cristina Chirinéia; PAVONI, Rafaella Ferrari; SANGALETTE, Beatriz Sobrinho; TABAQUIM, Maria de Lourdes Merighi; TOLEDO, Gustavo Lopes. **Brazilian Journal of Health Review**, v.4, n.2, p. 9201-9218, 2021.

DUARTE, Patrícia Cristina; LAMOUNIER, Wagner Moura; COLAUTO, Romualdo Douglas. Modelos Econométricos para Dados em Painel: Aspectos Teóricos e Exemplos de Aplicação à Pesquisa em Contabilidade e Finanças. In: LOPES, Jorge; RIBEIRO FILHO, José Francisco; PEDERNEIRAS, Marcleide(eds.), Educação Contábil: Tópicos de Ensino e Pesquisa. São Paulo, **Atlas**, pp. 256-274, 2008.

FERREIRA, Pedro Lopes. **Estatística Descritiva e Inferencial**. Universidade de Coimbra. 2005.

FGV, FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Impacto Econômico do Covid-19 Propostas para o Turismo Brasileiro. **Fundação Getúlio Vargas**. abril de 2020. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Acesso em: 10/08/2021.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística utilizando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FIGUEIRA, Luís Mota et al. **Turismo Mundial, Crise Sanitária e Futuro: Visões Globais Partilhadas Futuro: visões**. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar, 2020.

FIOCRUZ, FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Covid-19: nota técnica traz evidências sobre importância de vacinar crianças. **Fiocruz**. dezembro de 2021. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/covid-19-nota-tecnica-traz-evidencias-sobre-importancia-de-vacinarcrianças#:~:text=A%20nota%20da%20Fiocruz%20mostra,para%20o%20controle%20da%20pandemia>. Acesso em: 10/02/2022.

FRASQUILHO, D., Matos, M. G., Salonna, F., Guerreiro, D., Storti, C. C., Gaspar, T., & Caldas-de-Almeida, José M. **Mental healthoutcomes in times of economic recession: a systematic literaturereview**. BMC Public Health, 16, 115, 2016.

FUZETTI, João Pedro Ortega; ROMANO, Pedro Vinícius Nunes; PASCOTINI, Mauro Renato; BERNUCI, Marcelo Picinin; YAMAGUCHI, Mirian Ueda. Análise cienciométrica

sobre enfrentamento de surtos, epidemias e pandemias: Abordagens de promoção de saúde. In: CONGRESSO UNIJUÍ, 2020, **Anais...** Evento On-line: Maringá – PR, 2020.

G1. Mapa da vacinação contra Covid-19 no Brasil. **G1**. 10 de agosto de 2021. Disponível em: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/vacina/2021/mapa-brasil-vacina-covid/>. Acesso em: 10/08/2021

G1. RS registra mais 5,3 mil casos e 11 mortes por Covid. **G1**. 13 de fev. de 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2022/02/13/rs-registra-mais-53-mil-casos-e-11-mortes-por-covid.ghtml>. Acesso em: 08/02/2022.

G1. Últimas notícias de coronavírus de 11 de março. **G1**. 11 de março de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/ultimas-noticias-de-coronavirus-de-11-de-marco.ghtml>. Acesso em: 10/08/2021.

GALVANI, Adriana; LEW, Alan A., PEREZ. COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. **Journal of Tourism Space**, v. 22, p.1-11, 2020.

GANDRA, Alana. IBGE: mulheres somavam 52,2% da população no Brasil em 2019. **Agência Brasil**. 26 de agosto de 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-08/ibge-mulheres-somavam-522-da-populacao-no-brasil-em-2019>. Acesso em: 27/01/2022.

GLANZ, K., RIMER, B. and VISWANATH, K. **Health Behaviour and Health Education: Theory, Research, and Practice**. 4th Edition, Jossey-Bass, San Francisco, 2008.

GONÇALVES, Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues. **A cultura material, a Musealização e o Turismo**. 2012. 719f. Tese (Doutorado em Turismo) - Universidade de Évora, Évora, 2012.

GÖSSLING, S., SCOTT, D., & HALL, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, p. 1-20, 2020.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., & TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 2009.

HOSPITAL MARCELINO CHAMPAGNAT. Coronavírus: conheça os cuidados especiais para o grupo de risco da COVID-19. **Hospital Marcelino Champagnat**. maio de 2020. Disponível em: <https://www.hospitalmarcelino.com.br/coronavirus-conheca-os-cuidados-especiais-para-o-grupo-de-risco-da-covid-19/>. Acesso em: 23/02/2022.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PNADC - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2020. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pesquisa/10070/64506?ano=2020>. Acesso em: 27/01/2022.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Síntese de Indicadores Sociais: Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101678.pdf>. Acesso em: 02/02/2022.

KELLY, H. The classical definition of a pandemic is not elusive. **Bulletin of the World Health Organization**, 89, 540–541. 2021.

KIEFER, Kit. Travel in a Time of Covid: men more likely to travel, women more likely to follow rules. **Berkshire Hathaway Travel Protection**. December 2020. Disponível em: <https://www.bhtp.com/blog/covid-travel-men-vs-women>. Acesso em: 23/02/2022.

KIRK, C. P., & RIFKIN, L. S.. I'll Trade You Diamonds for Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in the COVID-19 Pandemic. **Journal of Business Research**, 2020.

LEDHESMA, Miguel. **Tipos de Turismo**. nueva clasificación. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: OMPT, 2018.

LEE, C. K., SONG, H. J., BENDLE, L. J., KIM, M. J., & HAN, H. The impact of nonpharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goaldirected behavior. **Tourism Management**, 33(1), 89-99. 2012.

LISBOA, Vinícius. Agência Brasil explica as vacinas contra covid-19 usadas no Brasil. **Agência Brasil**. 19 de julho de 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-07/agencia-brasil-explica-vacinas-contracovid-19-usadas-no-brasil>. Acesso em: 15/08/2021.

LURIE, Nicole; SAVILLE, Melanie; HATCHETT, Richard; HALTON, Jane. Developing Covid-19 Vaccines at Pandemic Speed. **The New England Journal of Medicine**, v. 382(21), p. 1969–1973, 2020.

MAHLER, Daniel Gerszon; LAKNERR, Christoph; AGUILAR, Andres Castaneda; WU, Haoyu. Updated estimates of the impact of COVID-19 on global poverty. **World Bank Blogs**. 8 de junho de 2020. Disponível em: <https://blogs.worldbank.org/opendata/updated-estimates-impact-covid-19-global-poverty>. Acesso em: 15/08/2021.

MARQUES, LUIZ. Pandemia incide no ano mais importante da história da humanidade. Serão as próximas zoonoses gestadas no Brasil? **Unicamp**. 15 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/05/05/pandemia-incide-no-ano-mais-importante-da-historia-da-humanidade-serao-proximas>. Acesso em: 22/07/2021.

MARQUES, ROSEANE BARCELLOS; ALVES, CARLOS ALBERTO; WADA, ELIZABETH KYOKO. Turismo e Corrupção no Brasil: uma perspectiva política e econômica. **Revista Turismo em Análise – RTA**. ECA-USP, v. 31, n. 1, p. 1-18, jan./abr., 2020.

MARTUCCI, Rodrigo. **Covid-19: o impacto da pandemia no comportamento de compra online**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/covid-19-o-impacto-dapandemia-no-comportamento-de-compra-online/>. Acesso em: 25/08/2021.

MATTE, Andréa. Novo avanço da pandemia traz incerteza para quem pretende viajar. [Entrevista cedida a] Gazeta do Sul. **GAZ**, jan. 2022. Disponível em: <https://www.gaz.com.br/novo-avanco-da-pandemia-traz-incerteza-para-quem-pretende-viajar/>. Acesso em: 23/07/2022.

MCINTOSH, R., GOELDNER, C.R. e RITCHIE, J.R.B. **Tourism, Principles, Practices and Philosophies**. Nova Iorque: John Wiley e Sons, 1995.

MCLINTOSH, R.W.; GOELDNER, C.R. **Tourism. Principles, Practices, Philosophies**, New York. John Wiley, 1986.

MIDDLETON, V. T. C. **Marketing in Travel and Tourism**. Oxford: Heinemann. 1988.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2007). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo gerou mais de 21,5 mil empregos em 2020**. 3 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-gerou-mais-de-21-5-mil-empregos-em-2020>. Acesso em: 5/09/2021.

MIRANDA, Andreia. Europa está num “cessar-fogo” da Covid-19 que pode ser o fim da pandemia, diz OMS. **CNN Brasil**. 03 de fev. de 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/europa-esta-num-cessar-fogo-da-covid-19-que-pode-ser-o-fim-da-pandemia-diz-oms/>. Acesso em: 15/02/2022.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO (2008). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO (2010). **Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília – DF, 2018. Disponível em:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/glossario-do-turismo-1-c2-aa-20edi-c3-a7-c3-a3o-pdf>. Acesso em: 15/09/2021.

OLIVEIRA, Fabio de. 14 vacinas aprovadas para Covid-19 e dezenas em teste em todo o mundo; conheça. **CNN BRASIL**. 24 de Abril de 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/saiba-quais-sao-as-vacinas-contra-o-novo-coronavirus-e-m-uso-e-em-estudo-no-mundo/>. Acesso em: 15/08/2021.

OMS, ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Painel do Coronavírus da OMS (COVID-19)**. 2021. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 10/08/2021.

OMT - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo**. 2017. Disponível em: <https://www.bonusinsider.com/casino-tourism-destinations-and-development-centres/>. Acesso em: 5/09/2021.

OPAS, ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICADA DA SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 17/07/2021.

OPAS, ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICADA DA SAÚDE. **OMS: 172 países e múltiplas vacinas candidatas estão envolvidos em mecanismo de acesso global à vacina para COVID-19**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/24-8-2020-oms-172-paises-e-multiplas-vacinas-candidatas-e-stao-envolvidos-em-mecanismo>. Acesso em: 20/08/2021.

OSÓRIO, Neila B.; NETO, Luiz S.; BORGES, Eliane L.; VILELA, Alenilda O.; VILELA, Alessandra O. Neto Postiço em Tempos de Coronavírus. **Revista Observatório**, vol. 6, n. 3, 2020.

OUR WORLD IN DATA. **Coronavirus (COVID-19) Vaccinations**. 01 de Agosto de 2021. Disponível em: <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>. Acesso em: 01/08/2021.

PANICHE, Drielly. Viagens de fim de ano exigem reforço nos cuidados contra a covid-19. **SBT News**. 12 de dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.sbtnews.com.br/noticia/brasil/189429-viagens-de-fim-de-ano-exigem-reforco-nos-cuidados-contra-a-covid-19>. Acesso em: 08/02/2022.

PELUSO, Alessandro M.; PICHIERRI, Marco. Effects of socio-demographics, sense of control, and uncertainty avoidability on post-COVID-19 vacation intention. **Current Issues in Tourism**, v. 24, n. 19, p. 2755-2767, 2021.

PEREIRA, Tércio; GARCIA, Gisele M.; LIMBERGER, Pablo F.; ZUCCO, Fabrícia D.; QUADROS, Cynthia B. Percepções dos Riscos de Viagens Aéreas Durante a Pandemia da Covid-19 no estado de Santa Catarina – Brasil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n. 29. 2020.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados em Ciências Sociais**. Lisboa: Ed.Sílabo, 1998.

PFORR, CHRISTOF; HOSIE, PETER J. CRISIS. Management in Tourism, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 23:2-4, 249-264, 2008.

PRESSE, France. PIB da Espanha despencou 11% em 2020, maior queda desde a Guerra Civil. **G1**. 29 de jan. de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/01/29/pib-da-espanha-despencou-11percent-em-2020-maior-queda-desde-a-guerra-civil.ghtml>. Acesso em: 15/02/2022.

REUTERS. Mundo está sob risco de pandemias e morte de milhões. **Forbes**. 18 de setembro de 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/columas/2019/09/mundo-esta-sob-risco-de-pandemias-e-morte-de-milhoes/>. Acesso em: 10/08/2021.

REZENDE, JM. **À sombra do plátano**: crônicas de história da medicina. São Paulo: Unifesp, 2009.

REZENDE, Joffre Marcondes de. Epidemia, Endemia, Pandemia. Epidemiologia. **Revista de Patologia Tropical**, v. 27(1), p. 153-155. 1998.

RIO GRANDE DO SUL. RS Novas Façanhas. **Estudo mostra evolução da igualdade de gênero no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, RS. RS: Novas Façanhas, 2020.

RIO GRANDE DO SUL. RS Novas Façanhas. **Rio Grande do Sul recebe selo internacional como destino turístico seguro**. Porto Alegre, RS. RS: Novas Façanhas, 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Saúde. **Estado decreta situação de calamidade pública e anuncia novas restrições**. Porto Alegre, RS: Secretaria da Saúde, 2020.

ROMAGOSA, Francesc. The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. **Tourism Geographies**, 22:3, 690-694, 2020.

SALCEDO, A., YAR, S., & CHERELUS, G. Coronavirus Travel Restrictions, Across the Globe. **The New York Times**, 2020.

SÁNCHEZ-CAÑIZARESDE, Sandra M.; CABEZA-RAMÍREZ, L. Javier; MUÑOZ-FERNÁNDEZ, Guzmán; FUENTES-GARCÍA, Fernando J.. Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. **Current Issues in Tourism**. v. 24, n. 7, p. 970-984. 2020.

SBVC, SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO. **Estudo - Novos hábitos digitais em tempos de covid-19**. Disponível em: <http://sbvc.com.br/novos-habitos-digitais-em-tempos-de-covid-19/>. Acesso em: 16/08/2021.

SCARPELLINI, Bruno. Viagens de fim de ano exigem reforço nos cuidados contra a covid-19. [Entrevista cedida a] Drielly Peniche. **SBT News**, dez. 2021. Disponível em:

<https://www.sbtnews.com.br/noticia/brasil/189429-viagens-de-fim-de-ano-exigem-reforco-no-s-cuidados-contr-a-covid-19>. Acesso em: 08/02/2022.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SCHILLING, Danuza. Novo avanço da pandemia traz incerteza para quem pretende viajar. [Entrevista cedida a] Gazeta do Sul. **GAZ**, jan. 2022. Disponível em: <https://www.gaz.com.br/novo-avanco-da-pandemia-traz-incerteza-para-quem-pretende-viajar/>. Acesso em: 23/07/2022.

SENHORAS, E. M. Coronavírus e o papel das pandemias na história humana. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 1, n. 1, 2020.

SHI, Q.; DORLING, D.; CAO, G.; & LIU, T. Changes in population movement make COVID-19 spread differently from SARS. **Social Science and Medicine**, 255, 2020.

SILVA, Ana C. Leia relatos daqueles que perderam pessoas queridas para a Covid. [Entrevista cedida a] Folha de São Paulo. **Folha**, abril de 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/2021/03/leia-relatos-daqueles-que-perderam-pe-soas-queridas-para-a-covid.shtml>. Acesso em: 24/02/2022.

SILVA, Sidcley A.; CIPRIANO, Marcos S.; COSTA, Ana F. Intenção de Viagem do Potiguar no pós covid-19: Uma Visão da Pesquisa do Observaturn. **Revista Turismo & Cidades**. São Luís, v.2, edição especial, p. 73-87, set. 2020.

SMITH, V. **Hosts and Guests**. The Anthropology of Tourism. USA: University of Pennsylvania Press, 1989.

SONG, H., LIVAT, F., & YE, S. Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism? **Journal of Destination Marketing & Management**, 14, 100385, 2019.

TASSIELLO, Vito; TILLOTISON, Jack S., How subjective knowledge influences intention to travel. **Elsevier**, v. 80, p. 1-12, 2020.

UNWTO Reports. **International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020**. 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>. Acesso em: 15/09/2021

VILELA, Luiza. Pesquisa destaca mudanças nos hábitos e expectativas do consumidor. **Consumidor Moderno**. 16 de março de 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/03/16/mudancas-habitos-do-consumidor-2021/>. Acesso em: 18/08/2021.

WANG, D., Hu, B., Hu, C., ZHU, F., LIU, X., ZHANG, J., ..., Peng, Z. Clinical Characteristics of 138 Hospitalized Patients With 2019 Novel Coronavirus–Infected Pneumonia in Wuhan, China. **JAMA**, v.11, p.1061-1069, 2020.

WEN, Z., Huimin, G., & KAVANAUGH, R. R. The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. **Current Issues in Tourism**, 8(1), 22-38. 2005.

WILDER-SMITH, A.; FREEDMAN, D. O. Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. **Journal of travel medicine**, v. 27, n.2, 020, 2020.

ZEISEL, J. **Inquiry by design: environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning**. Nova York: W. W. Norton, p. 400 2006.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte do Trabalho de Curso de autoria de Douglas Machado da Silva, graduando em Administração na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), campus Santana do Livramento, sob orientação da Professora Dra. Andressa Hennig Silva. A pesquisa teve por objetivo identificar a relação entre a percepção de risco e a intenção de viajar diante da pandemia do Covid-19. O questionário foi adaptado do estudo dos autores Sánchez-Cañizaresde, et al. (2020), e a população respondente foi preservada em sigilo.

BLOCO A – Perfil do Entrevistado

1. Sexo?
() Masculino () Feminino
2. Idade?
3. Cidade em que reside?
4. Escolaridade?
() Fundamental Incompleto () Fundamental Completo () Médio Incompleto
() Médio Completo () Superior Incompleto () Superior Completo
() Pós-Graduação Incompleta () Pós-Graduação Completa
5. Ocupação?
() Estudante () Trabalhando(a) de empresa privada () Trabalhando(a) de empresa pública () Profissional Liberal () Aposentado () Desempregado () Outro...
6. Nível de renda?
() Não tenho renda própria () Renda inferior a um salário mínimo
() De R\$ 1.101,95 a R\$ 2.203,90 () De R\$ 2.203,90 a R\$ 3.305,85 () De R\$ 3.305,85 a R\$ 4.407,80 () Renda maior de R\$ 4.407,80
7. Pertencem a um grupo de risco para a Covid-19?
() Sim () Não
Se você respondeu sim na questão anterior, indique seu grupo de risco:
8. Você contraiu o vírus da Covid-19?
() Não () Sim
Se você respondeu sim na questão anterior, indique o nível de sintomas?
Ficou hospitalizado?

9. Você perdeu alguém próximo (familiar/amigos) em decorrência do vírus da Covid-19?
 Não Sim
10. Você está vacinado?
 Não Sim, sim com dose única Sim, com a 1ª dose Sim, com a 2ª dose
 Sim, com a 3ª dose
11. Pretende viajar a turismo nos próximos meses?
 Não Sim
 Se você respondeu sim na questão 11, indique se sua viagem será:
 Nacional Internacional
 Se você respondeu não na questão 11, indique o que te impede de viajar:
 Risco de contágio Questões financeiras Opinião de amigos/familiares
 Outro

BLOCO B – Intenção de viajar e risco de contágio

12. A pandemia do Covid-19 impactou nas minhas decisões de viajar.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
13. Dada a atual situação, eu prefiro evitar viagens para cidades maiores.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
14. Dada a atual situação, eu prefiro encurtar a duração das minhas possíveis viagens.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
15. Eu me sinto inseguro em viajar devido ao risco da pandemia da covid-19.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
16. Eu pretendo viajar a turismo, nos próximos 6 meses.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
17. Eu vou viajar a turismo, nos próximos 6 meses.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
18. Eu planejo visitar algum lugar turístico em específico, fora da cidade que eu moro.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
19. Se eu necessito viajar a lazer no curto/médio prazo pretendo fazê-lo
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
20. Eu me sinto mais seguro estando vacinado para viajar.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
21. Tenho os recursos (financeiros/psicológicos) necessários para viajar na situação atual.
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente
22. Viajar ou não na situação atual é inteiramente minha escolha
 Discordo fortemente Discordo Neutro Concordo
 Concordo plenamente

