



Universidade de Aveiro
Ano 2021

**ANA ELISABETE
MÁXIMO LEITÃO**

**Impactes da Covid-19 no planeamento de destinos
turísticos: O caso do Centro de Portugal.**



Universidade de Aveiro
Ano 2021

**ANA ELISABETE
MÁXIMO LEITÃO**

**Impactes da Covid-19 no planeamento de destinos
turísticos: O caso do Centro de Portugal.**

Projeto apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizado sob a orientação científica da Doutora Zélia Maria Jesus Breda, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho a todos aqueles que acreditaram em mim, mais do que eu, em muitas ocasiões e aos meus pais e irmão que, apesar de longe, estão sempre a torcer por mim, pelas minhas realizações e me apoiam incondicionalmente.

o júri

presidente

Prof. Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão
professora Auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Maria Gorete Ferreira Dinis
professora adjunta do Instituto Politécnico de Portalegre

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

O presente trabalho tem por base uma temática recente na vida de todos nós; tudo aconteceu de uma forma muito rápida e mudou a grande maioria dos nossos hábitos. No entanto, nem assim deixei de ter o apoio necessário para que este trabalho se tornasse mais rico com os testemunhos de diversos agentes do setor do turismo da Região Centro de Portugal.

Foi um gosto voltar a ver (mesmo que *online*) pessoas que já tinham passado pela minha vida pessoal e profissional e perceber que há laços, respeito e trabalho que não são esquecidos.

Quero agradecer à Sílvia por todo o apoio que me prestou, quer pessoal quer profissionalmente. E obrigada ao Gonçalo.

Agradeço às minhas colegas de trabalho toda a paciência e ajuda nestes últimos meses.

À Professora Zélia Breda agradeço a paciência que teve em dar apoio a alguém, como eu, que está fora do setor e da vida académica há alguns anos, mas cuja paixão pelo mesmo não desvaneceu, e que contribuiu para que este trabalho se tornasse num objetivo cumprido.

palavras-chave

Crise, Gestão de crise, Pandemia, Covid-19, Região Centro, Agentes do Setor Turístico

resumo

O presente trabalho tem como objetivo perceber qual o impacto da crise causada pela pandemia Covid-19 no Centro de Portugal, enquanto destino turístico, e quais as estratégias adotadas em prol da retoma do setor por parte de diversas entidades públicas da região em estudo. Para o efeito, a metodologia adotada foi de carácter qualitativa e exploratória, através de entrevistas a essas entidades e a duas associações setoriais. Para sustentar o estudo procedeu-se a uma revisão de literatura, recolheu-se informação acerca da temática, estudou-se a Região Centro numa breve abordagem socioeconómica e procedeu-se à análise das estatísticas relacionadas com o turismo no período pré-pandemia e ao longo do último ano e meio.

De uma forma geral, podemos afirmar que existiram mudanças de atuação por parte dos agentes do setor, com vista à sua adaptação à procura turística, que também ela sofreu alterações durante este período, devido às restrições existentes durante o mesmo. Os meios digitais foram uma grande aposta e mais-valia para a promoção do destino, para a disseminação de informação, para a qualificação dos empresários do setor e uma ferramenta de trabalho cujo impacto se faz sentir atualmente e poderá ser fulcral para o desempenho do turismo na Região Centro ao longo dos próximos anos. Para tal, existe, também, a necessidade de um trabalho de cooperação entre os diversos agentes do setor e um compromisso de sustentabilidade dos territórios.

keywords

Crisis, Crisis Management, Pandemic, Covid-19, Center of Portugal, Tourism Stakeholders

abstract

The current work is focused on understanding the impact of the crisis related to the Covid-19 Pandemic in Central Portugal, as a tourism destination, and on the strategies adopted by various tourism stakeholders in the region in favour of the sector's recovery. For this purpose, the methodology adopted was qualitative and exploratory in nature, through interviews with these entities and two sectorial associations. To support the study, the literature on the subject was analysed, the region was studied in a brief socioeconomiiic approach and the statistics related to tourism in the pre-pandemic and throughout the latter year and a half were presented.

We can say that there have been changes in tourism stakeholders' behaviour, in view of adapting them to tourism demand, which also changed during this period because of the restrictions that existed. Digital media were a great investment and added value for the promotion of the destination, for the dissemination of information, for the qualification of entrepreneurs in the sector and a work tool whose impact is currently felt and could be central to the performance of tourism in the Centre Region over the next few years. To this end, cooperation between the various stakeholders is needed, as well as the commitment to the sustainability of the territories.

Índice geral

Índice de figuras e tabelas	iv
Lista de siglas e abreviaturas	v
1. Introdução	1
2. Enquadramento teórico	5
2.1. Introdução	5
2.2. Conceito de crise e de gestão de crise	5
2.2.1. Crise	5
2.2.2. Gestão de Crise	5
2.3. Conceito de pandemia e as pandemias ao longo dos anos	7
2.4. A Covid-19 e resenha cronológica da pandemia em Portugal	10
2.5. Impactes da Covid-19 no setor do turismo	14
2.5.1. A nível mundial	14
2.5.2. Em Portugal	17
2.6 Conclusão	20
3. Metodologia	22
3.1. Introdução	22
3.2. Objetivos	22
3.3. Método de recolha e análise de dados	22
3.4 Conclusão	23
4. O Destino Centro de Portugal	24
4.1. Introdução	24
4.2. Caracterização geral	24
4.3. Principais atrações turísticas das sub-regiões (NUT III)	26
4.3.1. Região de Aveiro	26
4.3.2. Região de Viseu Dão-Lafões	26
4.3.3. Região das Beiras e Serra da Estrela	27
4.3.4. Região de Coimbra	27
4.3.5. Região de Leiria	28
4.3.6. Região do Médio Tejo	28

4.3.7. Região do Oeste	29
4.3.8. Região da Beira Baixa	29
4.4. Entidades com responsabilidades de gestão e promoção turística	30
4.4.1. Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro	30
4.4.2. Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal	30
4.4.3. Comunidades Intermunicipais	31
4.4.3.1. CIM da Região de Aveiro	32
4.4.3.2. CIM Viseu Dão-Lafões	33
4.4.3.3. CIM Região de Coimbra	34
4.4.3.4. CIM Beiras e Serra da Estrela	35
4.4.3.5. CIM da Região de Leiria	36
4.4.3.6. CIM Médio Tejo	36
4.4.3.7. CIM Oeste	36
4.4.3.8. CIM Beira Baixa	37
4.4.4. Associações setoriais	38
4.4.4.1. Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal	38
4.4.4.2. Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos	38
4.5. Impactes da Covid-19 no setor turístico da região	39
4.6. Conclusão	42
5. Apresentação e análise dos resultados	43
5.1. Introdução	43
5.2. Estratégias no contexto pré-pandémico	43
5.3. Dificuldades e oportunidades originadas pela pandemia	45
5.4. Estratégias desenvolvidas no contexto pandémico	49
5.5. Interação entre as várias entidades	51
5.6. Conclusão	53
6. Conclusão	55
6.1. Conclusões gerais	55
6.2. Limitações do estudo	59
6.3. Pistas para trabalhos futuros	59

Referências Bibliográficas	60
Apêndice	67

Índice de figuras e tabelas

Figura 1 – Chegada de turistas internacionais	15
Figura 2 – Indicadores do Turismo 2020	16
Figura 3- Impacte estimado nas chegadas de turistas internacionais	16
Figura 4 – Chegadas de turistas a Portugal, 2019-2020	18
Figura 5- Resultados da generalidade dos meios de alojamento turístico, 2019-2020	18
Figura 6- Dormidas na hotelaria, segundo o país de residência habitual	19
Figura 7- Repartição das viagens, segundo os motivos, 2020	20
Figura 8- Mapa da Região Centro de Portugal	24
Figura 9– Resultados preliminares dos Censos 2021	25
Figura 10- Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica	40
Figura 11- Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros (janeiro, fevereiro e março 2019 a 2021)	40
Figura 12- Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros (março, abril e maio, 2019 a 2021)	41
Tabela 1 - Estratégias, metas e impactes no destino Centro de Portugal	43
Tabela 2 - Dificuldades e oportunidades das entidades públicas	45
Tabela 3 - Dificuldades e Oportunidades das Associações Setoriais	48
Tabela 4 - Novas Estratégias das DMO	50
Tabela 5 - Interação entre as DMO	52

Lista de siglas e abreviaturas

ADXTUR - Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto

AHRESP - Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal

APECATE - Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos

CCDRC - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CIM – Comunidade Intermunicipal

CIMRL – Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria

CIRA – Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro

DGS – Direção Geral de Saúde

DMO - Destination Management Organizations

ECDC - Centro Europeu para Prevenção e Controlo de Doenças

INE – Instituto Nacional de Estatística

NATO - Organização do Tratado do Atlântico Norte

NUT - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

OMS – Organização Mundial de Saúde

OMT – Organização Mundial de Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

RevPAR - rendimento médio por quarto disponível

TCP – Entidade Regional de Turismo do Centro

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

1. Introdução

Cette crise est une occasion de repenser le secteur du tourisme et sa contribution à l'humanité et à la planète; c'est une occasion de reconstruire en mieux un secteur du tourisme plus durable, plus inclusif et plus résilient permettant de profiter largement et de manière équitable des bienfaits du tourisme.

Zurab Pololikashvili, Secretário-Geral da OMT

Depois dos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, em Nova Iorque, o mundo e o turismo sofreram alterações significativas. O terrorismo e as suas ameaças têm representado um risco elevado e causado grandes danos ao turismo numa escala global e local (Lohmann, 2004). Os impactos no setor foram visíveis e imediatos, as reservas de voos e viagens foram canceladas e a procura turística diminuiu drasticamente a outros níveis, como na hotelaria, nas empresas de cruzeiros marítimos ou mesmo ao nível dos operadores turísticos, entre outros. A sensação de insegurança por parte dos agentes turísticos e dos próprios turistas instalou-se e foram tomadas medidas muito restritivas ao nível das viagens e a segurança e vigilância nos aeroportos aumentaram drasticamente nos Estados Unidos e no resto do mundo.

Estes atentados e todos os impactos que eles tiveram a nível político mundial, as guerras persistentes em vários países pelo mundo e o nível de insegurança sentido em algumas cidades, como, por exemplo, Madrid ou Paris, que sofreram atentados em 2004 e 2015, respetivamente, fizeram crescer o turismo noutros países, como em Portugal. “Quando o turista avalia negativamente o destino devido ao medo do terrorismo, fica potencialmente nervoso em relação a futuras opções” (Seabra, Abrantes, & Kastenholtz, 2010) e esta tendência verifica-se também na conjuntura atual da pandemia mundial Covid-19. Como referem Cravidão e Santos (2013, p. 491), hoje “a segurança desempenha um papel vital enquanto elemento estruturante das relações a diferentes níveis: sociais, culturais, económicas, políticas, entre outras”.

No início de 2020, conhecemos um vírus que viria mudar radicalmente a vida de todos, e mais uma vez, a população deparou-se com uma nova crise sanitária, pois já tinham existido muitas outras antes, que para além de todos os pontos negativos que já são conhecidos, criou um clima de insegurança muito grande e em grande escala. Esse ano pautou-se pelo facto de o vírus, oriundo de Wuhan, na China, se disseminar de uma forma muito rápida nesse país, no continente asiático, pela Europa, América do Norte e posteriormente, por todo o mundo, tornando-se numa pandemia. Os casos de pessoas

contaminadas pelo vírus Sars-Cov-2 aumentavam diariamente e a um ritmo muito elevado, com sintomas muito graves de pneumonia, associados a um nível de mortalidade muito grande, levando ao pânico geral da população, dos governantes e entidades mundiais de saúde. A Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou, em março de 2020, que “esta não é apenas uma crise de saúde pública, [mas sim] uma crise que toca em todos os setores, pelo que todos os setores e todos os indivíduos têm de estar envolvidos nesta luta” (Varzim, 2020).

Ao nível do setor turístico, em 2019, atingiram-se valores históricos. Todos esperavam que 2020 fosse um ano em que o crescimento exponencial do setor fosse ainda maior e uma realidade nos anos seguintes. Todas as estatísticas apontavam para tal e estávamos todos preparados para continuar a viajar pelo mundo sem restrições. No entanto, nesse ano, o mundo fechou-se, fecharam-se fronteiras, escolas, serviços públicos, empresas privadas e os hospitais viram os pacientes aumentarem de dia para dia, entrando, muitos deles em colapso.

O setor do turismo, como quase todos os outros setores, fechou. “As cidades que mais viviam de turismo são agora as primeiras a sofrer uma crise sem paralelo, tendo ao contrário as ruas desertas e a economia suspensa com a falta de visitantes” (Antunes, 2020). A rapidez com que tudo aconteceu necessitou de repostas e medidas rápidas, muitas vezes sem se conhecerem os seus impactos. O mundo e o setor turístico tiveram de se reajustar, as tendências alteraram-se, quer pela imposição das regras de proibição da circulação, quer pelo sentimento de insegurança instalados. A vacinação das populações, com diferentes velocidades em todos os países, foi permitindo uma reabertura de fronteiras, mas a um ritmo lento e com precaução. Há países que ainda não reabriram as suas fronteiras à população estrangeira, mas que o poderão fazer nos próximos tempos, como é o caso dos Estados Unidos da América. Na Europa já se circula com alguma liberdade, segundo o Centro Europeu de Prevenção e Controlo das Doenças, em setembro de 2021, a taxa média de vacinação de adultos na Europa era de 71%. Apesar de que, atualmente, foi detetada uma nova sub-variante do vírus e alguns países encontram-se em processo de ligeiro aumento das restrições ao nível sanitário.

Segundo dados da Direção Geral de Saúde (DGS), em Portugal, em outubro de 2021, a percentagem de população vacinada, a partir dos 50 anos era de 100% e o total nacional de vacinados, a 13 de outubro, era de 8.782.671 pessoas, ou seja 85% da população.

Portugal é considerado pelos viajantes de todo o mundo como um país com bom clima, boa hospitalidade, boa gastronomia, paisagens únicas e seguro. Todas estas características fazem com que o nosso país tenha todas as condições para ser um destino atrativo a nível internacional.

Em 2020, o turismo em Portugal fez-se principalmente por portugueses devido a todas as condicionantes existentes, como poderemos ver mais à frente. Houve a necessidade dos vários agentes decisores do setor, e não só, se adaptarem à mudança de rumo do setor turístico nestes dois primeiros anos de pandemia, sendo anos atípicos. Descobriram-se novos produtos, ou melhor, produtos que não eram tão conhecidos, nem tão valorizados, que se definem por serem ao ar livre, permitirem distanciamento social e por serem sinónimo de “liberdade” e segurança para quem os visita. Neste trabalho podemos conhecer os agentes fomentadores desses produtos, a forma como trabalham o setor turístico, como se adaptaram ou readaptaram a esta situação de pandemia mundial, conhecer os impactes da mesma no seu trabalho e no setor e reconhecer as necessidades atuais e futuras do mesmo.

O objetivo geral deste trabalho prende-se com a identificação dos efeitos da Covid-19 no planeamento do destino turístico Centro de Portugal e a reação dos agentes que atuam ao nível da governança do setor do turismo durante a pandemia. Como objetivos específicos pretende-se conhecer as entidades responsáveis pelo estudo das necessidades e pela definição de estratégias no contexto pandémico; conhecer o impacte da pandemia ao nível do destino turístico do Centro de Portugal; e conhecer os pontos de vista e estratégias adotadas para a retoma do turismo neste território durante a pandemia e medidas a tomar nos tempos subsequentes. Para concretizar os objetivos definidos, a metodologia aplicada foi de carácter qualitativa e exploratória, através de entrevistas aplicadas às entidades responsáveis pela gestão e promoção turística da Região Centro de Portugal e associações setoriais.

A estrutura da dissertação passa pela introdução, onde se dá a conhecer o âmbito deste trabalho. De seguida apresenta-se o enquadramento teórico da temática em estudo, onde se pode entender melhor os conceitos de gestão de crise e de pandemia. É também apresentada, de forma mais detalhada, a metodologia de trabalho tendo em conta os objetivos propostos. Uma vez que o estudo é aplicado à Região Centro de Portugal, existe um capítulo dedicado à descrição deste destino. De seguida apresentam-se e discutem-se

os resultados e, por fim, as principais conclusões do trabalho, onde também se identificam os contributos, implicações práticas e limitações do estudo, e se sugerem pistas para trabalhos futuros.

2. Enquadramento teórico

2.1. Introdução

Neste capítulo são definidos os conceitos de crise, de gestão de crise e de pandemia. A pandemia Covid-19 é explanada de uma forma mais ampla e é feita uma resenha cronológica da mesma em Portugal. São dados a conhecer os principais impactes desta pandemia no setor turístico em Portugal e no resto do mundo.

2.2. Conceito de crise e de gestão de crise

2.2.1. Crise

Etimologicamente, a palavra crise vem do grego “*krisis*”, que nos remete para a noção de “julgamento” ou “decisão”, no sentido de momento definidor (Saraiva, 2011). Este conceito tornou-se mais conhecido no seio da Medicina, pois neste âmbito foi muitas vezes necessário tomar medidas rápidas aquando da existência de uma crise sanitária, como é, por exemplo, o caso atual da pandemia Covid-19, mas como foram muitas outras antes desta. Saraiva (2011, p.13) diz-nos ainda que “neste âmbito, a palavra descreve uma situação crítica em que uma modificação súbita da condição geral do paciente pode resultar na morte, pela degradação irreversível do seu estado clínico”.

A Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) considera que podem existir vários tipos de crise, podendo ser políticas, militares ou humanitárias, e causadas por conflitos armados ou políticos, incidentes tecnológicos ou desastres naturais. Dependendo do tipo de crise, da sua natureza, dimensão e gravidade, é necessário geri-las de forma diferente (Escorrega, 2010). No entanto, para todas elas existe um denominador comum, que é a necessidade de a resolver no menor tempo possível e com o menor impacte possível para as populações.

2.2.2. Gestão de Crise

Como referido anteriormente, a questão do terrorismo é uma das grandes crises com que o mundo se debate constantemente, principalmente desde 2001. Para tentar limitar os seus efeitos no mundo foi necessário criarem-se medidas mais restritivas para todos os passageiros, quer ao nível da segurança em terra como da segurança durante os voos. A entrada desses passageiros, quer turistas, quer locais, tornou-se mais vigiada. Para muitos turistas, os vistos de entrada em países como os Estados Unidos tornaram-se mais difíceis de obter. Os governos criaram medidas para atenuar esse perigo constante nas nossas

vidas e que poderia ter efeitos destrutivos caso situações semelhantes se reproduzessm constantemente. Apesar de todas a barreiras criadas, não é possível evitar atentados terroristas, como é o caso dos atentados em Madrid e em Paris. Para além de uma crise ao nível da segurança por parte dos habitantes e turistas, criam-se crises políticas entre os países envolvidos, mas também durante as viagens e na entrada de pessoas em vários países. As questões políticas relacionadas com este tema têm sido amplamente debatidas ao longo dos anos e criaram-se meios para conseguir detetar, seguir e evitar que muitos outros ataques tenham ocorrido desde essa altura. O mundo mudou e é necessário saber lidar com todas estas questões de segurança, que muitas vezes necessitam de um tempo de reação demasissamente rápido.

No que respeita ao turismo, todas as crises existentes podem condicionar o setor. Uma crise económica pode baixar o rendimento das pessoas, impedindo-as de viajar; uma crise ambiental pode fazer com que certos destinos deixem de ser apelativos para receberem turistas, ou fazer parte das escolhas dos mesmos; uma crise militar, como é o exemplo da guerra, faz abrandar o turista na sua escolha; um local que sofra um atentado terrorista passa a ser pouco apelativo ao turismo; e uma crise sanitária tem também um efeito negativo no turismo, como aquelas causadas pelo vírus H1N1 (2009, originário da América do Sul), o ébola, o Zika ou o Sars-Cov-2, espalhado atualmente por todo mundo. Como referem Evans e Elphick (2005), o “turismo é particularmente sujeito a choques externos, que por sua natureza são imprevisíveis e precisam de ser tratados por meio de processos eficazes de gestão de crises”.

Como refere Moreira (2010, p. 8), “o turismo é um setor económico muito importante para muitos países e destinos. Muitos deles dependem do turismo para crescer e sobreviver economicamente. Este facto coloca uma pressão crescente sobre os gestores de empresas, organizações e destinos turísticos”. Quando existem crises que afetam este setor é necessário que as empresas estejam preparadas para as gerir, o que nem sempre se torna fácil de executar, dependendo da gravidade da mesma. É necessário que todos os agentes do setor, quer públicos, quer privados, compreendam as necessidades que essa crise vai fomentar, criem estratégias de trabalho para perceber qual será o comportamento do consumidor durante e após a crise vivida e trabalhem conjuntamente para que o setor sofra o menor impacte possível. Tal como referem Evans e Elphick (2005), é necessário “integrar a gestão de crises com processos de planeamento estratégico, preparar planos de contingência detalhados,

definir funções e responsabilidades decisórias e manter um certo grau de flexibilidade” quando estamos perante criação de planos de gestão de crise.

2.3. Conceito de pandemia e as pandemias ao longo dos anos

O conceito de pandemia “deriva da palavra grega *pãn* «todo» + *dēmos* «povo» + *ia*” (Porto Editora, 2021). Foi usada pela primeira vez por Platão referindo-se a qualquer acontecimento capaz de alcançar toda a população. Na era moderna, pandemia significa uma epidemia de grandes proporções, espalhada por vários países, em mais de dois continentes aproximadamente ao mesmo tempo (Henrique, 2020). Como exemplos de pandemia podemos mencionar a Gripe Espanhola, a Influenza H1N1 e a Covid-19. Segundo os especialistas, a maior forma de contaminação dos vírus é feita devido à deslocação de pessoas.

De acordo com o site da Universidade de Medicina de Lisboa, a primeira pandemia da qual há conhecimento ocorreu entre 430 e 427 a.C. durante a Guerra do Peloponeso, chamada a Peste de Atenas, Praga de Atenas ou a Peste do Egipto; depois, em 250 a.C. surgiu a Peste de Cipriano; e posteriormente conheceu-se a Peste Anonina ou Peste de Galeno, que decorreu entre 165 e 180 a.C., fruto de um surto de varíola ou sarampo que se alastrou por todo o Império Romano.

Na nossa era, a primeira pandemia historicamente documentada decorreu entre os anos 541 e 750, a Praga de Justiniano. Tratou-se de uma peste bubónica e que vitimou cerca de 50 milhões de pessoas. Posteriormente, no século XI, conheceu-se a Lepra, que assolou a Europa. Dizia-se que as pessoas que contraíam a doença tinham sido amaldiçoadas, no entanto, a possibilidade de cura existia quando detetada numa fase inicial. Seguidamente, surgiu, em 1347, a Peste Negra ou peste bubónica, considerada a maior pandemia da história. Surgiu na Ásia Central e teve repercussões na Europa, que vivia em condições de saneamento muito precárias, levando à morte de entre 25 e 75 milhões de pessoas.

Aquando da colonização mundial, nos séculos XV e XVI, muitos países foram assolados com doenças vindas de países mais desenvolvidos, como foi o caso da varíola e do sarampo, que conheceram uma evolução para pandemia durante esse período. Em 1665, Londres conheceu um grande surto de peste bubónica, a chamada Grande Peste de Londres, e cerca de 20% da população da cidade não sobreviveu a este vírus. Entre 1580

e 1830, muitos países foram assolados pelos vírus da Gripe, começando pela Ásia, espalhando-se pela Europa e pela América do Norte, com a morte de 10% da população seis meses depois. Em 1729, um surto de Gripe na Rússia alastrou-se pelo mundo e matou cerca de 500 mil pessoas em 36 meses. Outros dois surtos ocorreram na China e infetaram cerca de 25% da população da Ásia, Europa e Américas.

Em 1855, ocorreu a terceira Pandemia de Peste Bubónica, com origem na China e espalhou-se pela Índia, estimando-se que tenha sido extinta em 1960. Oito pandemias de cólera ocorreram desde 1871 até 1966. A primeira terá tido origem na Índia, alastrando-se pela China, República do Azerbaijão, Cazaquistão, Turquemenistão e Rússia, através do Mar Cáspio, e depois em todo o mundo. Centenas de milhares de pessoas morreram ao longo destes anos.

Em 1875, surgiu a Pandemia de Sarampo nas Ilhas Fiji que, devido à colonização e às viagens dos chefes coloniais que regressavam de uma viagem à Austrália onde existia um surto da doença, acabaram por infetar a população da ilha, levando à morte de 40 mil pessoas, ou seja, um terço da população da altura. Em 1889 surgiu a Gripe Russa, que teve origem na Sibéria e no Cazaquistão, disseminando-se pela Europa, América do Norte e África. Num ano, estima-se que tenham morrido 360 mil pessoas da doença.

Entre 1918 e 1919 um grande surto de gripe assolou o mundo inteiro, a conhecida Gripe Espanhola. Não existe a certeza da origem deste surto de gripe pneumónica que surgiu durante a primeira guerra mundial, em que as maiores potências mundiais estavam envolvidas. Entre elas encontrava-se os Estados Unidos, que não queriam que as repercussões da doença fizessem desistir os seus soldados e restantes aliados, fazendo com que a notícia de que Espanha, país neutro durante esta guerra e fortemente atingido com esta doença, surgisse como o país onde este surto se desenvolveu. O facto de Espanha ter sido o primeiro país a noticiar esta doença levou a que o nome desta pandemia se tornasse conhecido como a Gripe Espanhola. Estima-se que tenham sido contagiadas cerca de 500 milhões de pessoas e que tenham morrido da doença, ao longo destes dois anos, cerca de 50 a 100 milhões. Esta é conhecida como a maior pandemia mundial de todos os tempos. Estima-se que, em Portugal, tenham morrido entre 50 e 70 mil pessoas, onde em muitas zonas do país se estima que tenha sido uma perda de cerca de 10% da população.

Em 1957 surgiu a Gripe Asiática, no Norte da China. Foi uma das maiores epidemias mundiais de gripe, alastrando-se por Singapura e Hong-Kong em dois meses, e rapidamente chegou à Austrália, Índia, África, Europa e Estados Unidos, matando cerca de 1 milhão e 100 mil pessoas por todo o mundo. Mais uma vez, a rápida contaminação das populações ficou a dever-se à movimentação de pessoas entre todos estes pontos do globo, muitas destas movimentações ocorriam devido à colonização dos países menos desenvolvidos.

Seguiu-se a Gripe de Hong-Kong, em 1968, que teve graves consequências na Guerra do Vietname e que rapidamente se alastrou pelos Estados Unidos e resto do mundo. Cerca de 1 milhão de pessoas foi atingido por este vírus. Em 1981, nos Estados Unidos, surgiu um grande surto de VIH/SIDA, cuja origem se estima ter ocorrido em África, onde foi identificada em chimpanzés. Desde essa data, estima-se que tenham morrido, decorrentes de doenças relacionadas com a infeção, cerca de 35 milhões de pessoas por todo o mundo. Ainda hoje não existe cura para a doença, mas estima-se que estamos cada vez mais perto de chegar à mesma, no entanto, já existem muitos medicamentos que ajudam a reduzir os efeitos da doença.

Em 2009 surgiu o vírus H1N1, mais conhecido como Gripe A, que começou através de um surto de variante de gripe suína no México, e espalhou-se rapidamente por toda a Europa, Oceânia (Nova Zelândia e Austrália) e Américas (Argentina, Brasil e México). Devido a esta pandemia morreram cerca de 203 mil pessoas, muitas delas muito jovens. Nos nossos dias ainda existem outras doenças que causam grande preocupação e que podem, elas próprias, ser um inconveniente e mesmo um entrave a algumas viagens, como o Ébola, o Zika, o Dengue e o Chikungunya.

No final de 2019, o surgimento do surto do vírus Sars-Cov-2 ocorreu em Wuhan, na China. Este vírus nunca tinha sido identificado em humanos até esta data (Ministério da Saúde, 2020). Este vírus assemelha-se a uma síndrome gripal, que pode mesmo agravar-se levando à ocorrência de pneumonia e mesmo à morte. Geralmente detetado em animais, este vírus, da família dos coronavírus, origina uma infeção respiratória que se transmite na maioria dos casos através de aerossóis e gotículas de secreções respiratórias. Com uma rapidez nunca antes vista, em 2020, foram desenvolvidas vacinas que atenuam os sintomas originados pela infeção provocada pelo vírus. Até ao início de outubro de 2021

foram contabilizados cerca de 219 milhões de pessoas infetadas com o vírus e mais de 4 milhões e meio de mortes em todo o mundo.

2.4.A Covid-19 e resenha cronológica da pandemia em Portugal

Decorridos o final do ano 2019 e o primeiro trimestre do ano de 2020 estávamos longe de imaginar que nos esperava a necessidade de identificar, lidar e trabalhar para combater uma pandemia mundial, a Covid-19. Esta pandemia rapidamente se transformou numa crise sanitária, económica e social, que necessitamos, ainda hoje, de gerir.

O primeiro caso de Covid-19 foi identificado na província chinesa de Hubei, em Wuhan, a 17 de novembro de 2019 (Observador, 2020) e, em dezembro do mesmo ano, as autoridades sanitárias chinesas confirmaram a existência de dezenas de casos de infeção originados pelo vírus. Nessa altura o mundo teve conhecimento da sua existência e começou a sentir-se uma crescente preocupação acerca do tema.

No mês de janeiro de 2020 confirmaram-se casos de pessoas positivas já não só na China, mas também em muitos outros países asiáticos e europeus, como Itália e Espanha. A 15 de janeiro de 2020, a Diretora-Geral da Saúde portuguesa emite uma declaração, de acordo com as informações vindas de China, em que afirma que a propagação em massa deste vírus, não estaria a ser equacionada. Dias mais tarde, em fevereiro, foram retirados 18 portugueses e duas brasileiras da cidade de Wuhan e trazidos para Lisboa, os quais ficaram em isolamento voluntário por um período de 14 dias. Entretanto, já tinham sido tomadas as primeiras medidas logísticas e operacionais para eventuais casos que fossem detetados em Portugal.

Em finais de fevereiro, as autoridades políticas nacionais começaram a apelar à população o reforço de medidas para prevenir a contaminação pelo vírus e a sua consciencialização para o mesmo, com a finalidade de evitar alarmismo. A 2 de março de 2020 são confirmados os dois primeiros casos em Portugal e começaram a ser tomadas medidas de isolamento e teletrabalho para os funcionários públicos. Dias mais tarde são dadas a conhecer as primeiras medidas de apoio a tesouraria a empresas afetadas pelo surto do vírus.

A 10 de março, Portugal tomou a decisão de suspender os voos para Itália, devido ao elevado número de casos identificados no país e, muitos deles, graves. Dois dias depois,

o Primeiro-Ministro, António Costa, informa que todos os voos de e para Itália seriam cancelados e prorrogou-se esta suspensão por vários meses. Dois dias depois fecharam as escolas e as discotecas; impuseram-se restrições a restaurantes, centros comerciais e serviços públicos; e foram proibidos o embarque e desembarque de navios de passageiros. Foi, ainda, declarado estado de alerta em todo o território nacional. Os partidos políticos cancelaram as suas reuniões presenciais e começaram a realizá-las por videoconferência.

A partir de meados do mês de março os casos de Covid-19 subiram exponencialmente em Espanha e deu-se início ao controlo de fronteiras entre Portugal e o país vizinho, com a possibilidade de se entrar e sair do país por via terrestre a partir de nove pontos específicos para os trabalhadores em deslocação e para o transporte de mercadorias.

A 19 de março, e pela primeira vez em 46 anos de democracia em Portugal, entrou em vigor o Estado de Emergência, que foi renovado consecutivamente até 30 de abril de 2021, como refere o próprio site da Assembleia da República. À data da segunda prorrogação do Estado de Emergência, o Presidente da República, o Professor Marcelo Rebelo de Sousa, tinha esperança de que esta fosse a segunda e última vez que tivesse de o fazer, com uma previsão de posterior reabertura de estabelecimentos e que fosse retomada a vida social de todos os portugueses. No entanto, tal não se veio a confirmar ao longo dos meses seguintes.

A 23 de abril, a União Europeia aprovou um pacote de emergência para apoio à recuperação económica dos vários países da comunidade, a chamada “bazuca contra a crise”. No dia seguinte, o Governo português proibiu as deslocações entre concelhos aos fins de semana, como já tinha acontecido antes, por altura da Páscoa. Comemorações como o 25 de abril foram feitas com muitas restrições e com um número muito reduzido de pessoas presentes no Parlamento, assim como inúmeras outras festividades ao longo deste período. No fim de abril começam a ser desinfetadas salas de aula com vista ao regresso às aulas presenciais para os alunos do 11º e 12º anos. A 4 de maio os deputados da Assembleia da República começam a ser obrigados a usar máscara e no mês seguinte foram aprovadas pelo Governo medidas de apoio económicas e sociais.

Em agosto, os casos de Covid-19 acontecem em lares e segue-se a morte de vários idosos devido à doença, o que causou um alarme generalizado no Governo. As viagens continuavam contraindicadas e as pessoas viajaram muito menos.

Apesar da diminuição das deslocações, devido às restrições implementadas, o número de casos de Covid-19 aumentaram significativamente em setembro e, no mês seguinte, o nível de alerta em Portugal continental passou para a situação de calamidade e medidas como a obrigatoriedade do uso de máscara na via pública, no trabalho e na escola foram implementados e quem não cumprisse as regras corria o risco de ser multado.

No final do mês de outubro as regras de recolhimento domiciliário e de teletrabalho são acentuadas e quem não o fizesse teria de ter uma justificação válida para se deslocar. A partir de 4 de novembro estas regras começaram a ser implementadas. Os restaurantes viram-se obrigados a limitar o acesso aos clientes e os grupos à mesa a serem diminuídos. O encerramento dos centros comerciais começou a ser feito mais cedo e foram proibidas as feiras e mercados de levante. Nas semanas que se seguiram, o número de casos positivos de Covid-19 aumentaram exponencialmente, chegando-se aos quase 7.000 casos diários, e o comércio e restauração viram a imposição de encerramento às 13h aos fins de semana.

O pico da segunda vaga de Covid-19 deu-se no início de dezembro. O governo também anunciou a compra de milhões de doses de vacina contra a Covid-19 e foi apresentado o plano de vacinação que começaria pelas pessoas com mais de 50 anos e com patologias, residentes e trabalhadores dos lares de idosos, e profissionais de saúde e de serviços essenciais. No Natal, as medidas de proibição de circulação foram aligeiradas, no entanto, não o foram para a passagem de ano. Apesar de se ter tentado evitar a subida do número de casos de Covid-19, este aligeiramento de medidas teve como consequência uma nova subida exponencial de casos nos meses seguintes. Se, até à data, Portugal era dos países com menor número de casos por habitantes em todo o mundo, rapidamente passou para os primeiros lugares. O maior movimento de pessoas aliado a uma nova variante do vírus gerou mais de 10 mil casos diários. Entretanto, a 27 de dezembro tinha-se dado início ao processo de vacinação contra a Covid-19 em Portugal.

Na segunda semana de janeiro de 2021 decretou-se um confinamento geral de um mês. As escolas mantiveram-se abertas, mas as pessoas tinham o dever de recolhimento

domiciliário, como já tinha acontecido no ano anterior. No entanto, depressa se fecharam as escolas para contenção da pandemia, assim como foram encerrados os tribunais, as lojas do cidadão, as creches e ATL's, e foram suspensas as atividades religiosas presenciais. Em fevereiro as aulas recomeçam, no entanto, num contexto *online* e não presencial, com previsão de reabertura gradual ao longo dos meses seguintes.

Apesar de as camas de hospitais estarem com um grande volume de internados devido à Covid-19, aos poucos e com o confinamento prolongado em todo o mês de março, o número de infetados começou a diminuir.

A partir de meados do mês de março decretou-se uma reabertura faseada das escolas, assim como de outras estruturas e serviços. Ampliaram-se os horários de funcionamento dos estabelecimentos de restauração, assim como de outros serviços. Este desconfinamento passou por várias fases nos meses que se seguiram.

A 16 de junho, Portugal iniciou a emissão do passe sanitário para pessoas vacinadas. Este passe permitiria a possibilidade de circulação e entrada noutros países de forma livre e em segurança. Este viria a permitir, também, a entrada de forma livre em ginásios, eventos e espetáculos. Aos poucos, a vida dos portugueses começaria a voltar ao normal com uma reabertura gradual de comércio, serviços (horários de funcionamento e libertação da obrigatoriedade de marcação) e fronteiras.

Com 85% da população portuguesa vacinada, a 1 de outubro de 2021, deu-se o maior levantamento de medidas restritivas implementadas devido à pandemia: reabriram as discotecas (encerradas há mais de um ano e meio), os restaurantes deixaram de ter limite máximo de pessoas por grupo, assim como o fim da exigência de certificado digital para entrar nos mesmos, em alojamentos locais, casinos, aulas de grupo em ginásios, termas e spas; deixaram de existir limites de lotação para casamentos e batizados, comércio e espetáculos culturais. Continuou a obrigatoriedade de apresentação do Certificado Digital para viagens aéreas ou marítimas, visitas a lares e estabelecimentos de saúde, grandes eventos culturais, desportivos ou recreativos, e em bares e discotecas. O uso de máscara continuou a ser obrigatório em transportes públicos, lares, hospitais, salas de espetáculos e eventos, e em grandes superfícies.

Até finais de outubro os casos positivos de Covid-19 têm-se mantido estáveis, com oscilações do número de internados, retomaram-se a grande maioria das atividades em

todos os setores, inclusivamente do setor turístico. Resta, de momento, a incógnita associada a uma nova variante do vírus, que já levou a confinamentos parciais em alguns países e que poderá revelar algumas preocupações futuras.

2.5. Impactes da Covid-19 no setor do turismo

2.5.1. A nível mundial

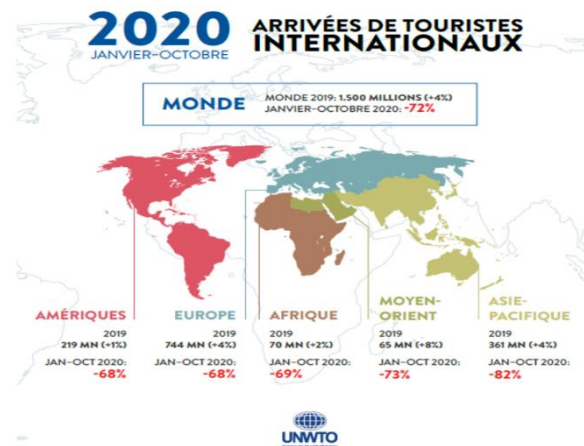
Em 2019, o turismo alcançou níveis históricos de evolução e essa situação, que parecia ser promissora, viu-se assolada pela pandemia Covid-19, que obrigou ao confinamento geral, fecho de fronteiras e inibição de viagens durante mais de um ano.

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), em 2019, a chegada de turistas atingiu um valor de 1,5 mil milhões, 54% da mão de obra no setor eram mulheres e jovens, a receitas eram de 1.700 mil milhões de dólares americanos, sendo o terceiro setor mais importante ao nível da exportação no mundo. Este valor representava ainda 50% do total de exportações de muitos países em desenvolvimento, sendo um setor chave para inúmeras economias emergentes e avançadas.

Após o conhecimento dos primeiros casos de Covid-19 em Wuhan, na China, em janeiro de 2020, é dada ordem de confinamento na região e a OMS, ainda nesse mesmo mês, declarou a situação de epidemia mundial após o conhecimento de vários casos noutras regiões do mundo. Em março desse ano, a OMS declarou que se tratava de uma pandemia, dado o avançar das infeções. Em abril, o mundo deparou-se com a implementação de restrições para viajar e, em novembro, 27% dos destinos mundiais fecham completamente as suas fronteiras ao turismo internacional.

Como podemos verificar pela figura 1, entre janeiro e outubro de 2020, o número de chegadas internacionais de turistas desceu 72% a nível mundial. A Ásia-Pacífico foi a região do mundo que mais decresceu, com menos 82% de chegadas de turistas internacionais, seguindo-se o Médio Oriente, com menos 73%; o continente africano registou menos 69% e a Europa e Américas registaram um decréscimo de 68%. Estes números retratam, como já foi referido, um decréscimo de chegada de turistas internacionais, nunca antes visto em todo o mundo, de mais de mil milhões de pessoas.

Figura 1 – Chegada de turistas internacionais

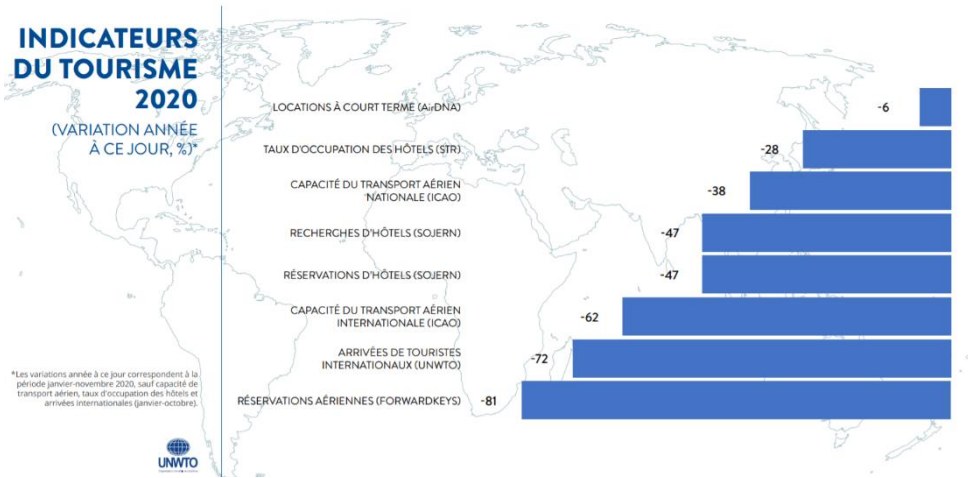


Fonte: OMT (dezembro 2020)

Esta abrupta diminuição de chegadas de turistas internacionais originou perdas de mais de 1.100 mil milhões de dólares americanos de receitas turísticas a nível mundial, levando a uma perda estimada de mais de 2.000 mil milhões de dólares americanos do Produto Interno Bruto (PIB) mundial. Estas perdas económicas devido à pandemia também não deixaram de lado os empregos no setor. A OMT estimou, ainda, que entre 100 e 200 milhões de empregos estariam em risco durante o ano de 2020.

Em 2020 registaram-se valores, no setor turístico mundial, muito semelhantes aos dos anos 1990, um retrocesso de cerca de 30 anos. Todos os indicadores que vemos na figura 2 sofreram um grande decréscimo, sendo que as reservas aéreas, devido às restrições de viagens internacionais, atingiram uma diminuição estimada de 81% nesse mesmo ano. A grande maioria das viagens já programadas foram adiadas ou mesmo canceladas por parte dos turistas.

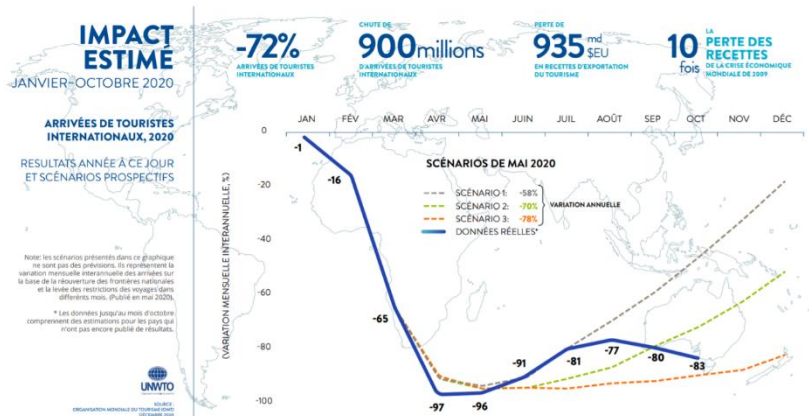
Figura 2 – Indicadores do Turismo 2020



Fonte: OMT (dezembro 2020)

A figura 3 resume os impactos estimados pela OMT e remete-nos ainda para o facto de as perdas de receitas do setor serem dez vezes superiores às que ocorreram devido à crise económica mundial de 2009.

Figura 3 – Impacte estimado nas chegadas de turistas internacionais



Fonte: OMT (dezembro 2020)

A 22 de julho de 2021, as Nações Unidas informam que os números de visitantes internacionais no mundo registavam, entre janeiro e maio deste mesmo ano, um decréscimo de 85% em relação aos mesmos meses em 2019. As Nações Unidas afirmam ainda que, segundo indicações da OMT, o setor enfrenta a “maior crise da história”. A OMT afirma que com o surgimento de novas variantes do Covid-19 e com as restrições impostas pelos governos, a retoma das viagens internacionais tornou mais difícil a recuperação das

viagens internacionais. Já o turismo doméstico, registava números que davam uma sensação de recuperação deste tipo de turismo.

Apesar do baixo número de visitantes internacionais, menos 460 milhões em comparação com o período homólogo em 2019, a confiança dos consumidores aumentou ligeiramente a partir de abril, aquando do relaxamento de algumas restrições e tendo em conta que a vacinação contra o Covid-19 estava a decorrer a um ritmo relativamente positivo. O aceleração da vacinação torna-se, nesta altura, imprescindível por forma a facilitar a mobilidade das pessoas, diminuindo as restrições de deslocação. Em junho de 2021, tendo em conta os números apresentados pela OMT, 63 países no mundo tinham ainda as suas fronteiras completamente fechadas, na sua maioria países asiáticos. Outros países, como o Estados Unidos da América também tinham ainda muitas restrições quanto às viagens internacionais, nesta altura.

2.5.2. Em Portugal

Em Portugal, 2020 não foi um ano diferente do resto do mundo, tendo-se, segundo o Turismo de Portugal e com base em dados do Banco de Portugal, do Instituto Nacional de Estatística e da OMT, registado uma quebra acentuada na procura turística.

Como em todo o mundo, em Portugal vivia-se um acentuado e constante crescimento do turismo, com um acréscimo anual de 7,2% das dormidas, desde 2010 até 2019. Neste ano registou-se um total de 70 milhões de dormidas no país. As receitas turísticas tiveram uma taxa de variação anual de 10,3% no mesmo período, sendo cerca de 18,4 mil milhões de euros registados em 2019.

Segundo dados do Turismo de Portugal, o ano de 2020 registou um decréscimo de procura turística de 63% em relação a 2019, atingindo valores de 1994. As procuras internacional e nacional sofreram um decréscimo de 74,9% e de 35,4%, respetivamente, devido às restrições de deslocação impostas a nível mundial. Em termos de receitas, estas foram de uma perda de 10 mil milhões de euros para a economia, representando um decréscimo de 57,6% em relação a 2019.

O relatório de Estatísticas do Turismo 2020, divulgado pelo Instituto Nacional de Estatística em 2021, mostra-nos em números mais exatos do impacte que o fecho de fronteiras internacionais devido ao Covid-19 teve em todos indicadores do setor. Em termos de

chegadas de turistas a Portugal de todos os países emissores de turistas, também com fronteiras fechadas, estas diminuíram substancialmente, como podemos verificar na figura 4. Como podemos verificar, os principais países emissores de turistas, como Espanha, França, Reino Unido e Alemanha tiveram uma variação negativa ao nível das chegadas de turistas de mais de 60%.

Figura 4 - Chegadas de turistas a Portugal, 2019-2020

País de residência	2019	2020	Tx Var (%)	Quotas	
				2019	2020
TOTAL	24 427,5	8 486,1	-73,7%	100,0%	100,0%
Espanha	6 271,9	1 847,4	-70,5%	25,5%	28,5%
França	3 107,3	1 057,9	-66,0%	12,6%	16,3%
Reino Unido	3 797,2	823,3	-78,3%	15,4%	12,7%
Alemanha	1 952,7	552,5	-71,7%	7,9%	8,5%
Suíça	880,0	345,5	-60,7%	3,6%	5,3%
Países Baixos	808,5	235,7	-70,9%	3,3%	3,6%
Bélgica	560,4	176,4	-68,5%	2,3%	2,7%
Itália	776,2	161,9	-79,1%	3,2%	2,5%
Países Nórdicos	664,2	118,3	-82,2%	2,7%	1,8%
Irlanda	669,8	96,1	-85,7%	2,7%	1,5%
Outros da Europa	861,7	238,4	-72,3%	3,5%	3,7%
Brasil	1 346,4	284,3	-78,9%	5,5%	4,4%
Estados Unidos da América	941,6	132,6	-85,9%	3,8%	2,0%
Outros do Mundo	1 989,6	409,9	-79,4%	8,1%	6,3%

Fonte: INE (julho 2021)

Tal como o número de chegadas de turistas a Portugal, o número de dormidas também diminuiu em todo o território nacional. Segundo o estudo referido, a estada média dos turistas diminuiu em 1,6% de 2019 para 2020, as dormidas diminuíram 61,1%, quase tanto como a percentagem de hóspedes. Podemos ainda verificar que o RevPAR diminuiu 54,2%, como podemos verificar na figura 5. Os estabelecimentos abertos e a capacidade de alojamento diminuíram, entre estes dois anos, devido às restrições e imposições sanitárias no país. O número de dormidas desceu mais de 60% em 2020, face a 2019 e os proveitos totais desceram ainda de 66,3% no mesmo período.

Figura 5 – Resultados da generalidade dos meios de alojamento turístico, 2019-2020

Resultados globais	Unidade	2019	2020	Tvh (%)
Estabelecimentos	nº	7 155	5 467	-23,6
Capacidade de alojamento	*	643 308	539 917	-16,1
Hóspedes	10 ³	29 495,4	11 668,3	-60,4
Dormidas	10 ³	77 822,7	30 283,8	-61,1
Estada média	nº noites	2,64	2,60	-1,6
Taxa de ocupação-cama (líquida) *	%	47,3	24,1	-23,2 p.p.
Proveitos totais *	10 ⁶ €	4 295,8	1 445,7	-66,3
Proveitos de aposento *	*	3 229,9	1 076,4	-66,7
RevPAR (Rendimento médio por quarto disponível) *	€	49,4	22,6	-54,2
ADR (Rendimento médio por quarto ocupado) *	€	89,2	77,3	-13,4

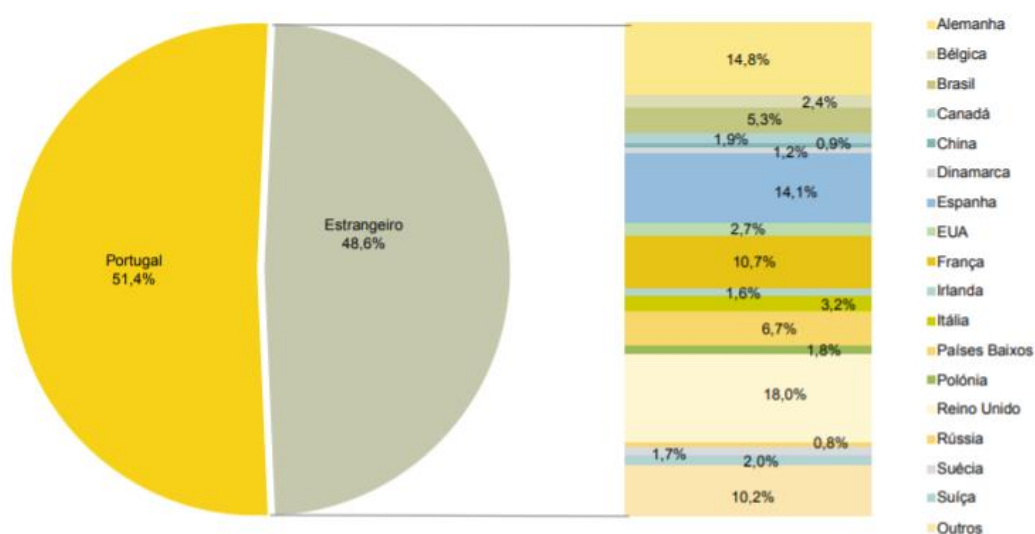
* Apenas estabelecimentos de alojamento turístico: hotelaria, alojamento local (com 10 ou mais camas) e turismo no espaço rural/habituação

Fonte: Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e outros alojamentos (IPHH), Inquérito à Permanência em Parques de Campismo (IPCAMP) e Inquérito à Permanência em Colónias de Férias (PCOL)

Fonte: INE (julho 2021)

O fecho de fronteiras internacionais gerou uma maior movimentação de pessoas em todo o país, apesar de algumas restrições impostas em determinadas datas, como festividades ou fins de semana. Apesar de tudo, os portugueses viajaram dentro do país. O principal mercado das dormidas em Portugal, no ano de 2020, foram os portugueses, representando 51,4% do total de dormidas, contra 48,6% de estrangeiros, em que entre eles, 14,8% foram alemães, 14,1% espanhóis, 10,7% franceses e 18% turistas vindos do Reino Unido (Figura 6).

Figura 6 – Dormidas na hotelaria, segundo o país de residência habitual, 2020



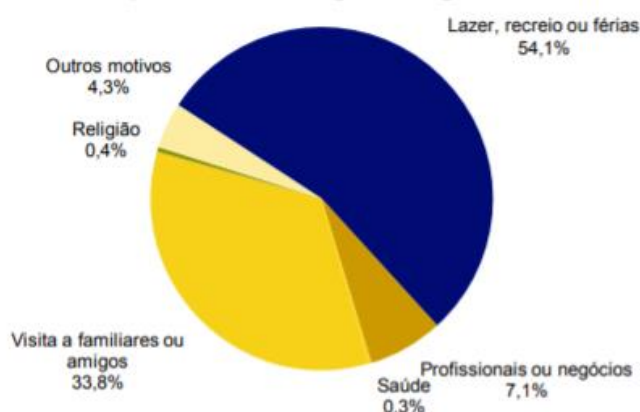
Fonte: INE (julho 2021)

Na região Centro de Portugal, a estada média nos estabelecimentos hoteleiros, foi de 1,75 dias, no Norte foi de 1,70 dias, tendo as regiões do Algarve, Açores e Madeira registado o maior valor em termos de estada média, 4,07, 2,69 e 4,86 dias, respetivamente. Ao nível nacional, os resultados do estudo ainda nos mostram que a estada média dos residentes aumentou 4% e dos não residentes 3,6%, apesar da diminuição do número de chegadas, anteriormente falado.

Foi igualmente realizado, pelo INE, um inquérito às deslocações dos residentes em Portugal, com vista a caracterizar as suas viagens dentro ou fora do país, incluindo as viagens de um dia (excursionismo). No ano de 2020, 39% da população realizou pelo menos uma viagem turística, menos 14% em relação ao ano anterior, a percentagem de população que se deslocou apenas dentro do país foi de 34,5%, cerca de menos 1% do que no ano anterior. Para fora de Portugal viajaram cerca de 1,6% de portugueses e 2,9%

viajaram dentro e fora do país, menos 9% que no ano anterior. Os portugueses viajaram dentro do país principalmente por motivos de lazer, recreio ou férias e a percentagem de viagens que gerou menos deslocações foram as de saúde e de religião (Figura 7).

Figura 7 – Repartição das viagens segundo os motivos, 2020



Fonte: INE (julho 2021)

Em termos de NUTS II, a região que teve o maior número de viagens registadas foi a Região Centro, com um total de 32,4% de deslocações, e com o principal motivo de lazer, recreio ou férias, assim como a visita a amigos ou familiares. O segundo destino foi a Região Norte, posteriormente o Algarve, seguindo-se as restantes regiões. Estas deslocações foram principalmente feitas em automóvel privado, segundo o mesmo estudo.

2.6. Conclusão

Existem vários tipos de crise, de natureza política, militar ou humanitária, podendo ser causadas por conflitos armados ou políticos, incidentes tecnológicos ou desastres naturais. E, dependendo do tipo de crise, da sua natureza, dimensão e gravidade é necessário gerir de forma diferente. A questão do terrorismo é uma das grandes crises com que o mundo se debate principalmente desde 2001. Para tentar limitar os seus efeitos foi necessário criar medidas mais restritivas para os viajantes. O setor do turismo, sendo particularmente sujeito a choques externos, é necessário integrar a gestão de crises com processos de planeamento estratégico e preparar planos de contingência.

No final de 2019, o surgimento do surto do vírus Sars-Cov-2, mais conhecido como Covid-19, ocorreu em Wuhan, na China. Este vírus assemelha-se a uma síndrome gripal, que

pode agravar-se, levando à ocorrência de pneumonia e mesmo à morte. Até ao final início de outubro de 2021 foram contabilizados cerca de 219 milhões de pessoas infetadas com o vírus e mais de 4 milhões e meio de mortes em todo o mundo.

Com 85% da população portuguesa vacinada, a 1 de outubro de 2021 deu-se o maior levantamento de medidas restritivas implementadas devido à pandemia. Até finais de outubro, os casos positivos de Covid-19 têm-se mantido estáveis, com oscilações do número de internados, retomaram-se a grande maioria das atividades em todos os setores, inclusivamente do setor turístico. Resta, de momento, a incógnita associada a uma nova variante do vírus, que já levou a confinamentos parciais em alguns países e que poderá revelar algumas preocupações futuras.

No que respeita ao turismo, em 2019 alcançaram-se níveis históricos de evolução, mas essa situação que seria promissora viu-se assolada pela pandemia Covid-19, que obrigou ao confinamento geral, fecho de fronteiras e inibição de viagens durante mais de um ano. Registou-se uma abrupta diminuição de chegadas de turistas internacionais, o que originou perdas ao nível das receitas turísticas em todo o mundo. Em 2020 registaram-se valores, no setor turístico mundial, muito semelhantes aos dos anos 1990, um retrocesso de cerca de 30 anos.

Em Portugal, 2020 não foi um ano diferente do resto do mundo, tendo a procura turística sofrido uma quebra acentuada. Tal como o número de chegadas de turistas a Portugal, o número de dormidas também diminuiu em todo o território nacional. O principal mercado das dormidas em Portugal, no ano de 2020, foi o mercado português, que substituiu o mercado internacional em algumas regiões.

3. Metodologia

3.1. Introdução

Neste capítulo são dados a conhecer os objetivos principal e específicos deste projeto e a metodologia utilizada para o sustentar.

3.2. Objetivos

Foi estabelecido como objetivo geral deste trabalho a identificação dos efeitos da Covid-19 no planeamento do destino turístico Centro de Portugal e a reação dos agentes que atuam ao nível da governança do setor do turismo durante a pandemia. Com objetivos específicos pretende-se conhecer as entidades responsáveis pela definição de estratégias do destino no contexto pandémico; conhecer o impacte da pandemia ao nível do destino turístico do Centro de Portugal; e conhecer os pontos de vista e estratégias adotadas para a retoma do turismo neste território durante a pandemia e medidas a tomar nos tempos subsequentes.

Foram identificados e contextualizados conceitos referentes à temática, foi realizada uma análise de literatura e revisão bibliográfica e foram conduzidas entrevistas através de videoconferência aos agentes do setor do turismo da Região Centro, pelo lado da oferta, e a duas associações setoriais. Apesar de muito recente, a temática já tem publicados vários estudos e já foi possível encontrar trabalhos científicos acerca da temática e, foi ainda utilizado um estudo por publicar, mas com a autorização dos seus autores, para enriquecimento da pesquisa bibliográfica.

3.3. Método de recolha e análise de dados

Optou-se por seguir uma metodologia de carácter qualitativa e exploratória, através de entrevistas às entidades de gestão e promoção turística da Região Centro de Portugal e associações setoriais. Foram solicitadas entrevistas à Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Centro (CCDRC); à Entidade Regional Turismo do Centro de Portugal (ERTCP) (ao Núcleo de Estruturação, Planeamento e Promoção e ao Núcleo de Comunicação, Imagem e Relações-Públicas); às várias Comunidades Intermunicipais (CIM) da Região Centro de Portugal (Região de Aveiro, Viseu-Dão Lafões, Região de Coimbra, Beiras e Serra da Estrela, Região de Leiria, Médio Tejo, Oeste e Beira Baixa); à AHRESP e à APECATE. Não foi possível realizar entrevistas à CCDRC, à CIM Viseu-Dão Lafões, à CIM da Região de Leiria, à CIM Médio Tejo e à CIM Beira Baixa, por falta de

resposta por parte destas entidades. As restantes entidades foram entrevistadas entre os meses de julho e outubro de 2021.

Foram elaborados três guiões com questões muito semelhantes e de acordo com os objetivos do trabalho, mas de acordo com a área de atuação das entidades entrevistadas. As primeiras questões colocadas pretendiam conhecer as principais estratégias e metas definidas a curto e longo prazo no setor do turismo pelas entidades e quais os impactes das mesmas no pré pandemia. As questões seguintes focaram-se na conjuntura atual de pandemia e pretendeu-se perceber quais as principais dificuldades sentidas neste primeiro ano e meio de contexto pandémico; como é que essas dificuldades foram encaradas; que oportunidades ao nível do turismo foram sentidas/criadas/desenvolvidas ao longo deste ano e meio; perceber em que medida foi necessário redefinir/repensar as estratégias e metas para o planeamento do turismo a curto/médio e longo prazo; saber se os projetos que já existiam sofreram alterações; perceber quais as apostas ao nível dos produtos turísticos com vista à retoma do setor tendo em conta a diversidade de oferta dos vários concelhos da Região Centro; e perceber a existência de interação e cooperação entre as várias DMO para a concretização dessas mesmas estratégias e apostas.

Após a realização das entrevistas, as mesmas foram transcritas e sujeitas a análise de conteúdo, tendo em conta as dimensões de análise contidas no guião de entrevista.

3.4. Conclusão

Neste capítulo foram definidos os objetivos geral e específicos desta investigação. Foi ainda descrita a metodologia seguida em termos de recolha e análise dos dados, sendo ainda identificadas as entidades inquiridas para dar resposta ao objetivo do trabalho. No capítulo seguinte são apresentadas com mais detalhe a região em análise e as entidades alvo de análise.

4. O destino Centro de Portugal

4.1. Introdução

Neste capítulo é feita uma caracterização da Região Centro de Portugal, no âmbito geral e ao nível das NUTS III que a integram, assim como o levantamento dos impactos da Covid-19 no setor turístico da Região Centro de Portugal. Ao nível das DMO alvo desta investigação, e mencionadas no capítulo anterior, é realizada uma definição do âmbito de trabalho de cada uma.

4.2. Caracterização geral

A Região Centro de Portugal é uma NUT II, constituída por oito sub-regiões, as denominadas NUT III (Figura 8), a Região de Aveiro, Região Viseu-Dão Lafões, Região de Coimbra, Região das Beiras e Serra da Estrela, Região de Leiria, Região Médio Tejo, Região Oeste e Região da Beira Baixa, com uma dimensão de 28.200 km² e das quais fazem parte 100 concelhos.

Figura 8 – Mapa da Região Centro de Portugal



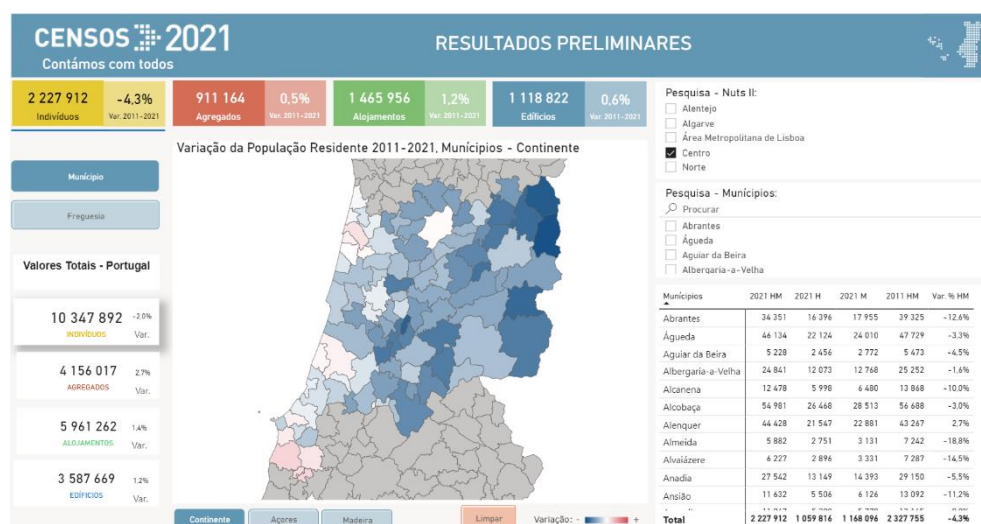
Fonte: TCP (outubro 2021)

Segundo os resultados preliminares dos Censos de 2021 (INE, 2021), esta região é composta por 2.227.912 habitantes, 1.059.816 homens e 1.168.096 mulheres, menos 4,3% de habitantes do que os registados nos censos de 2011. De referir, ainda, que a nível

nacional a população diminuiu de 2% em relação ao número de habitantes registados em 2011, sendo atualmente de 10.347.892. As regiões NUTS II que viram a sua população aumentar foram o Algarve e a Área Metropolitana de Lisboa.

Podemos verificar, na figura 9, os concelhos onde a população aumentou, como é o caso de Torres Vedras (4,6%) que passou de 79.465 para 83.130 habitantes; Arruda dos Vinhos (4,4%), que passou de 13.391 para 13.983; Aveiro (3,81%), que aumentou de 78.450 habitantes para 80.880; e Sobral de Monte Agraço que viu a sua população subir de 10.156 para 10.542 habitantes. Por outro lado, em concelhos que viram a sua população diminuir, em relação aos dados de 2011, com percentagens a rondar o 18%, foram Almeida e Figueira de Castelo Rodrigo. Também podemos verificar que os concelhos do interior da Região Centro foram os que mais perderam em população, em detrimento do aumento de população sentido na zona litoral.

Figura 9 – Resultados preliminares do Censos 2021



Fonte: INE (2021)

Os três concelhos com maior número de habitantes de Região Centro são Coimbra, Leiria e Viseu. Em contrapartida, os concelhos com o menor número de população são Manteigas, Vila de Rei e Vila Velha de Ródão.

No total da Região Centro, em 2021, o número de agregados familiares subiu cerca de 0,5%, os alojamentos aumentaram em 1,2% e o número de edifícios subiu de 0,6% em relação aos números recolhidos pelos censos de 2011.

A Região Centro de Portugal, como já foi referido, é composta por oito regiões NUTS III, com uma grande diversidade de produtos e oferta turísticos. Como referem Santos e Cunha (2011, p. 243), “esta região apresenta fatores diferenciadores relativamente à riqueza e diversidade das atrações turísticas, localização geográfica, acessibilidades, segurança e hospitalidade”. Os mesmos autores dão-nos o exemplo da riqueza em termos de gastronomia e vinhos (Bairrada e Dão), termalismo (São Pedro do Sul e Luso), e acrescenta-se ainda as termas da Curia, golfe, as paisagens das serras da Lousã e do Caramulo e dos rios Vouga e Mondego, e o património arquitetónico das cidades de Viseu, Coimbra e Aveiro.

4.3. Principais atrações turísticas das sub-regiões (NUTS III)

4.3.1. Região de Aveiro

A Região de Aveiro é composta por 11 municípios: Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos. Esta região tornou-se mundialmente conhecida pelo seu património arquitetónico, nomeadamente pela Arte-Nova espalhada pela grande maioria dos municípios que dela fazem parte e pela Universidade de Aveiro sendo considerada um museu a céu aberto de edifícios assinados pelos maiores arquitetos portugueses; a Ria de Aveiro, que percorre todo o território desta região e que oferece aos seus habitantes e visitantes paisagens e rotas únicas; a Reserva Natural de São Jacinto; as termas da Curia, do Luso e do Vale da Mó são atrativos para pessoas vindas de todos os cantos do país e do mundo; o Carnaval de Ovar e Estarreja, que todos os anos, com exceção de 2020 e 2021, pautam as ruas de folia.

4.3.2. Região de Viseu Dão-Lafões

A Região de Viseu Dão-Lafões é composta pelos municípios de Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro D’Aire, Mangualde, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, São Pedro do Sul, Santa Comba Dão, Sátão, Tondela, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela. São no total 14 municípios de paisagens bucólicas e património natural (Visit Viseu Dão-Lafões, 2021) e tem uma área geográfica de 3.483 km².

Nesta região destacam-se a cidade de Viseu, com a sua praça, Sé e Museu Grão Vasco ou mesmo o seu monumento a Viriato, que se “tornou num ex-libris da cidade” (Visit Viseu Dão-Lafões, 2021); a região vitivinícola do Dão, com cerca de 376.000 hectares (Mais Centro, 2021), que para além de uma zona profundamente montanhosa e com vales, fria

no inverno e quente e seca no verão, proporciona paisagens ímpares e cria condições únicas para a produção de vinho com características únicas; e as estâncias termais do Carvalhal, Caldas da Felgueira, Cavaca, São Pedro do Sul, Sangemil e Alcafache tornam esta região muito atrativa em programas de bem-estar e terapêuticos. Todo este património enquadrado nas serras o Caramulo e da Gralheira/Montemuro e nos rios Dão e o Paiva, e com uma gastronomia muito rica, fazem desta NUTS II uma região rica e diversificada.

4.3.3. Região das Beiras e Serra da Estrela

A Região das Beiras e Serra da Estrela tem uma superfície de 6.305 km² e é composta por 15 concelhos: Almeida, Belmonte, Celorico da Beira, Covilhã, Figueira de Castelo Rodrigo, Fornos de Algodres, Fundão, Gouveia, Guarda, Manteigas, Mêda, Pinhel, Sabugal, Seia e Trancoso (CIMBSE, 2021). Segundo Fernandes (2021, p. 112), as principais vantagens deste território são a sua localização geográfica na Península Ibérica, os seus preservados recursos naturais e culturais, a notoriedade da marca Serra da Estrela, as pequenas unidades de alojamento turístico, a elevada qualidade dos seus recursos endógenos, os centros de pesquisa, as universidades, as agências de desenvolvimento local e regional, e os equipamentos de lazer e cultural.

4.3.4. Região de Coimbra

A Região de Coimbra, com 4.335 km², é composta por 19 concelhos: Arganil, Cantanhede, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Góis, Lousã, Mealhada, Mira, Miranda do Corvo, Montemor-o-Velho, Mortágua, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Penacova, Penela, Soure, Tábua e Vila Nova de Poiares.

Coimbra é dotada de um importante património cultural, desde a Universidade, a mais antiga da Europa, à Sé Velha, o Mosteiro de Santa Clara a Velha e o seu ex-libris, o Jardim Botânico (TCP, 2021). Nesta cidade ainda se podem visitar os jardins da Quinta das Lágrimas e o Portugal dos Pequenitos. Nesta região também se podem visitar as ruínas de Conímbriga, a Mata Nacional do Buçaco e a Serra do Açor. Ao longo da costa desta região podem ser visitadas as praias da Figueira da Foz, as suas salinas e arrozais, e a praia de Quiaios. Destaca-se ainda a Praia Artificial das Rocas, a Serra da Lousã e Góis, e a sua gastronomia e vinhos. O Dark Sky® Aldeias do Xisto, que inclui os municípios de Arganil, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra e Penela, é uma iniciativa que se integra no processo de certificação como “Destino Turístico Starlight”. Esta

certificação, concedida pela Fundação Starlight, é apoiada pela UNESCO e pela Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO), (TCP, 2021)

4.3.5. Região de Leiria

A Região de Leiria é composta por 10 concelhos, Alvaiázere, Ansião, Batalha, Castanheira de Pera, Figueiró dos Vinhos, Leiria, Marinha Grande, Pedrógão Grande, Pombal e Porto de Mós. É difícil encontrar uma região do Centro de Portugal com um património histórico, religioso, cultural e natural tão rico como aquele que se encontra nesta região (TCP, 2021). Destaca-se o Mosteiro da Batalha, Património Mundial da Humanidade, os passeios pela ciclovia da Estrada Atlântica, as grutas, os castelos, os percursos pedestres das Serras de Aire e Candeeiros, o Pinhal de Leiria, a Mata do Urso, a Serra de Sicó, o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, as Grutas da Moeda, Santo António, Alvados, Mira de Aire, e as praias ao longo de toda a costa da região.

O vasto património gastronómico existente é, também, um atrativo para todos os visitantes que por lá passam, como a morcela de arroz, a sopa do vidreiro, o arroz de marisco, a feijoada de chocos, o cabrito assado ou guisado, a caldeirada de borrego, a friginada, o leitão da boa vista, as migas serranas e os chicharos. O Arroz de Sarrabulho e os Torresmos são considerados reis, em Pedrógão Grande, Brisa do Lis, uma Cavacas do Reguengo de Fetal, um Pudim da Batalha ou um Biscoito do Lourçal, queijo do Rabaçal ou dos queijinhos de cabra, do pão de trigo e da broa de milho (TCP, 2021)

4.3.6. Região do Médio Tejo

A Região do Médio Tejo, com 3.344 km² de superfície, é composta por 13 concelhos, Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Mação, Ourém, Sardoal, Sertã, Tomar, Torres Novas, Vila de Rei e Vila Nova da Barquinha.

O Santuário de Fátima, localizado na região, recebe anualmente milhões de peregrinos e turistas de todo o mundo e é um dos seus ex-líbris. O património arquitetónico aqui existente é de destacar, nomeadamente os castelos, como o de Abrantes, Tomar, Ourém, Almourol, Sertã e Torres Novas, o Convento de Cristo, considerado Património da Humanidade pela UNESCO, e a Sinagoga de Tomar, que é o único templo hebraico da Proto-Renascença em Portugal. Os rios Tejo, Zêzere, Nabão, Almonda e Alviela são ainda acompanhados por numerosas ribeiras, quedas de água, albufeiras e praias fluviais.

4.3.7. Região do Oeste

A Região Oeste, com uma área de 2.486 km², é composta pelos municípios de Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Sobral do Monte Agraço e Torres Vedras.

Esta região é um dos melhores destinos do mundo para a prática de surf, nomeadamente nas praias de Peniche (Supertubos), Santa Cruz e Nazaré. A praia de São Martinho do Porto e a Praia da Formosa são outros dois pontos de visita obrigatória desta costa atlântica. A Rota dos Castelos e Fortalezas, as Rotas do Barroco e do Gótico, a Rota da Cerâmica, a Rota dos Moinhos e a Rota do Vinho colocam a região no percurso de todos os que gostam de história e património. O Mosteiro de Alcobaça, a Lagoa de Óbidos, a Serra de Montejunto, as Termas do Vimeiro, o Hospital Termal e as Termas das Caldas da Rainha são também de destacar, assim como o Parque Budha Eden. Em termos de gastronomia, ressalva-se as cavacas das Caldas e os pastéis de Torres Vedras. Esta região é ainda conhecida pelo Carnaval de Torres Vedras, uma das tradições mais antigas da região (TCP, 2021).

4.3.8. Região da Beira Baixa

A Região da Beira Baixa é constituída por sete concelhos: Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Oleiros, Penamacor, Proença-a-Nova e Vila Velha de Ródão. A cidade de Castelo Branco, também conhecida como a “Capital da Beira Baixa”, é composta por um riquíssimo património que remonta até à Idade Média, desde a sua Sé (ou Igreja Matriz de S. Miguel) aos corredores antigos da cidade, cuja construção remonta à idade média. É ainda possível visitar o Museu de Arte Sacra no Convento da Graça, o Parque da Cidade, e o Jardim do Paço Episcopal. A cidade de Idanha-a-Nova tem uma vasta agenda cultural, oferecendo atividades aos residentes, mas também a quem visita. As praias fluviais da região, Monsanto, a “aldeia mais portuguesa de Portugal”, as ruínas de Idanha-a-Velha, e a Aldeias do Xisto são também atrativos para quem procura lugares pitorescos.

No Parque Natural do Tejo Internacional e na Reserva Natural da Serra da Malcata pode ser observada uma grande riqueza em termos de fauna e flora. O Geoparque Naturtejo da Meseta Meridional agrega 16 geomonumentos por entre vales e montes à beira do Rio Tejo. O monumento natural das Portas de Ródão é um local privilegiado para a observação de aves e para todos os admiradores da natureza. Já em Vila de Rei, pode encontrar-se o Centro Geodésico de Portugal e, para os amantes de desportos radicais, é possível fazer

para-quedismo ou skysurf a partir do Aeródromo das Moitas, em Proença-a-Nova. Do património gastronómico da região podem destacar-se os petiscos regionais, como o cabrito ou o borrego da Beira, a tigelada, e os queijos.

4.4. Entidades com responsabilidades de gestão e promoção turística

4.4.1. Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

“A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC) é um organismo desconcentrado do Ministério da Coesão Territorial, em coordenação com o Ministério da Modernização do Estado e da Administração Pública, no que diz respeito à relação com as autarquias locais, e com o Ministério do Ambiente e da Ação Climática, em matérias de ambiente e ordenamento do território. É dotado de autonomia financeira e administrativa, e tem por missão executar as políticas de ambiente, de ordenamento do território e cidades e de desenvolvimento regional ao nível da NUTS II Centro, promover a atuação coordenada dos serviços desconcentrados de âmbito regional e apoiar tecnicamente as autarquias locais e as suas associações” (CCDRC, 2020).

“Cabe, assim, à CCDRC assegurar a prestação eficiente dos serviços no seu âmbito de atuação, colocando-os na linha da racionalização e modernização dos serviços públicos e atuando com a necessária competência técnica para se tornar um instrumento eficaz da ação governativa. Por outro lado, cabe-lhe estimular e promover os agentes e as atividades regionais, contribuindo para a prossecução dos grandes desígnios da coesão do espaço regional e nacional e para o reforço da competitividade em torno da valorização dos recursos regionais e da promoção da inovação” (CCDRC, 2020).

Em termos práticos, “a CCDR Centro posiciona-se como *broker* territorial da região, que em grande medida se concretiza numa estreita articulação com os atores da região e com os territórios, nomeadamente com as câmaras municipais, com as comunidades intermunicipais (CIM), com os grupos de ação local (GAL), com as Estratégias de Eficiência Coletiva (os PROVERE e Clusters), com os atores do sistema científico e tecnológico, com as associações empresariais e com a entidade regional de turismo” (CCDR Centro, 2019).

4.4.2. Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal

Ao nível do planeamento do turismo, em cada Região NUTS II, existe uma Entidade Regional de Turismo. Esta entidade é responsável pelo desenvolvimento turístico regional,

alinhado com as diretrizes nacionais para a área do turismo (Turismo de Portugal, 2021). No caso da Região Centro, temos a Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, atualmente presidida pelo Dr. Pedro Machado.

Segundo o art.º 5º do Decreto-Lei n.º 33/2013, de 16 de maio, “as entidades regionais de turismo têm por missão a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que as integram”.

Apesar da sua vasta área geográfica e grande diversidade territorial, a ERT Centro de Portugal é muito recente, data de 2013. Enquanto outras, como o Algarve, já têm mais de 45 anos de existência (Homem & Correia, 2018). Segundo Correia e Homem (2018), aquando da sua criação, o maior desafio que se colocou a esta ERT foi a comunicação do potencial da região de forma concertada coerente e atrativa. A marca Centro de Portugal apostou em quatro objetivos principais, o aumento da duração da estada média dos visitantes e da notoriedade da região, o fortalecimento do movimento de unidade dos municípios e o estímulo da identidade comum da região, tornando o Centro de Portugal “um país dentro do país”, e com o conceito de que “um dia é bom, dois é ótimo e três nunca é demais”.

Como iremos ver mais à frente, com as entrevistas realizadas a membros desta ERT, a pandemia não fez com que a estratégia de comunicação da ERT abrandasse, mas que andasse a par ou mesmo um passo à frente em relação à situação de confinamento a que todo o mundo esteve sujeito ao longo de 2020 e primeiros meses de 2021.

4.4.3. Comunidades Intermunicipais

Ao nível das NUTS III, temos as CIM que, segundo o ponto 1 do art.º 81 do DL Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro, “destinam-se à prossecução dos seguintes fins públicos: (i) promoção do planeamento e da gestão da estratégia de desenvolvimento económico, social e ambiental do território abrangido; (ii) articulação dos investimentos municipais de interesse intermunicipal; (iii) participação na gestão de programas de apoio ao desenvolvimento regional, designadamente no âmbito do QREN; e (iv) planeamento das atuações de entidades públicas, de carácter supramunicipal.

De acordo com o texto do Decreto-Lei n.º 99/2018, de 28 de novembro, o turismo “assume especial relevo enquanto motor de dinamismo económico e social das regiões, contribuindo fortemente para a criação de emprego e crescimento das exportações nacionais, sendo ainda um dos principais setores exportadores” e o seu planeamento revela-se “fundamental, de forma a explorar o seu potencial económico e assegurar, em simultâneo, a sustentabilidade dos recursos naturais”.

Torna-se, assim, essencial que o Turismo de Portugal, as entidades regionais de turismo e os municípios tenham uma ação concertada neste âmbito. Assim, e de acordo com o art.º 2º do mesmo DL, passou a ser da competência dos municípios, e consequentemente das comunidades intermunicipais: (i) participar na definição e implementação do plano regional de turismo a nível sub-regional, cuja iniciativa e responsabilidade de execução é da competência das entidades regionais de turismo; (ii) assegurar a promoção dos produtos e recursos turísticos sub-regionais no mercado interno, compreendido pelo território nacional, tendo como enquadramento a estratégia turística nacional e regional, designadamente em eventos de promoção turística; (iii) recorrer a programas de financiamento nacionais e europeus; (iv) gerir e implementar programas com financiamento nacional e ou europeu; e (v) definir os eventos considerados âncora para a sub-região e participar na sua organização.

Na Região Centro de Portugal existem as CIM da Região de Aveiro, CIM Viseu-Dão Lafões, CIM Região de Coimbra, CIM Beira e Serra da Estrela, CIM da Região de Leiria, CIM Médio Tejo, CIM Oeste e CIM Beira Baixa.

4.4.3.1. CIM da Região de Aveiro (CIRA)

Em termos de turismo são vários os projetos que se encontram a decorrer, apesar de alguns terem sofrido alguns atrasos ou ainda não aconteceram devido à pandemia Covid-19. A Grande Rota da Ria de Aveiro é um deles, e teve “por objetivo e prioridade de investimento promover a conservação, proteção, promoção e desenvolvimento do património natural da região, através da sua valorização, nomeadamente no que se refere às paisagens, áreas de lazer, fauna e flora local, complementando com o património cultural”, permitindo “capitalizar a Ria de Aveiro enquanto destino por excelência para a prática de Turismo de Natureza através da estruturação da oferta turística neste segmento” (CIRA). Este projeto teve com objetivo “a diversificação da oferta turística da região e a sua

dinamização económica”, criando novos postos de emprego e resultando num aumento da atratividade turística da região e no reforço da coesão territorial e fortalecimento do sentimento de identidade. Neste projeto participaram os 11 municípios da Região de Aveiro.

Outro projeto impulsionado pela CIRA e que se relaciona com o projeto acima é a integração da Região de Aveiro na rede EuroVelo 1, uma rota europeia composta, até ao momento, por 15 rotas cicláveis de longa distância que cruzam o continente. Estas rotas podem ser usadas por cicloturistas bem como pelos habitantes locais nas suas deslocações diárias. Muitas destas rotas encontram-se concluídas, mas outras estão em permanente desenvolvimento. A Região de Aveiro totaliza 560 km da Rota Atlântica e fazem parte integrante dos mesmos os 11 municípios da Comunidade Intermunicipal.

A apresentação da candidatura do Barco Moliceiro e da carpintaria naval tradicional a Património Mundial da UNESCO já entrou na segunda fase do projeto. Neste âmbito, os objetivos da CIM são: o envolvimento das comunidades e valorizar o seu conhecimento; a valorização através do moliceiro a carpintaria naval; fomentar a cooperação e sinergia com empresas, entidades, coletividades culturais e outros sectores num processo integrado também com associações e a Universidade de Aveiro; o aumento da notoriedade da região; a criação de novas experiências da região, mais inclusivas e sustentáveis, ambientais, culturais e sociais; e que tenha um contributo para a melhoria da qualidade de vida (Notícias de Aveiro, 2021). Este projeto conta com o apoio da TCP, do Turismo de Portugal e também da Associação Industrial do Distrito de Aveiro (AIDA).

A Grande Regata dos Moliceiros inclui-se no projeto “Ria de Aveiro Weekend”, e “tem a Ria de Aveiro, o recurso turístico de maior relevância da Região, como palco principal” (Região de Aveiro, 2021). Este projeto conta habitualmente com participantes de praticamente todos os concelhos da região e com milhares de visitantes.

4.4.3.2. CIM Viseu Dão-Lafões

A aposta no turismo por parte da CIM Viseu Dão-Lafões pauta-se pela “estruturação dos seus produtos turísticos, a comunicação da oferta, seja no espaço digital ou noutros formatos”, sendo esta parte fundamental dessa estratégia que tem contribuído decisivamente para afirmação do território, enquanto destino turístico de excelência, junto de novos públicos” (CIM Viseu Dão-Lafões, 2021).

A CIM apresentou, ainda, o Guia de Oferta Turística 2021, que dá a conhecer, de forma estruturada, a mais relevante informação relativa à oferta turística no território. Este guia faz parte integrante da campanha turística “O verão é aqui!”, que promove o território enquanto destino turístico de excelência e seguro (CIM Viseu Dão-Lafões, 2021).

4.4.3.3. CIM Região de Coimbra

A CIM Região de Coimbra é composta pelos 19 municípios da região e que, em conjunto, têm fomentado vários projetos no setor do turismo. Ao nível da cultura e património foi desenvolvido o roteiro “Mulheres e os Lugares Região de Coimbra”, onde se convida os visitantes a descobrir o território e o património onde o “centro da narrativa é ocupado por várias mulheres consagradas pela história ou pela lenda” (CIM Da Região de Coimbra, s.d.); a integração na Rede das Invasões Napoleónicas em Portugal, atividade conjunta com as Entidades Regionais de Turismo do Norte, do Centro de Portugal, da Região de Lisboa e Alentejo Ribatejo, o Turismo de Portugal e os vários municípios, que “reúne iniciativas que destacam o património histórico-militar, material e imaterial, associado às invasões napoleónicas em Portugal” (CIM Da Região de Coimbra, s.d.); o Guia “Região de Coimbra Grátis, onde estão contemplados os recursos turísticos e culturais de acesso gratuito, de toda a região que se estende desde a costa atlântica ao interior serrano; foram criados nove Roteiros de três dias, inseridos no projeto “Programa Cidade e Região de Coimbra” e que pretendem dar a conhecer, de forma estruturada, os principais atrativos de todo o território; e uma exposição itinerante pelos 19 municípios da região “Novos Olhares”, cujo objetivo é mostrar novas perspectivas do património da região; e uma larga e diversificada agenda cultural.

O projeto “Surf Now Crowd”, conceito que representa a experiência de surf dos municípios de Cantanhede, Figueira da Foz e Mira, vem dar ênfase e valorizar a prática do surf “sem multidões, sem confusões, em praias bonitas e serenas, onde cada onda proporciona um contacto íntimo com a natureza” (CIM da Região de Coimbra, s.d.).

Ao nível do turismo de natureza, a CIM apostou, ainda, na valorização do património natural e na afirmação da região como destino turístico de excelência para a prática de atividades em espaços naturais do seu território através da melhoria das condições e infraestruturas de apoio à visitação. Foram concebidos percursos pedestres (pequenas e grandes rotas) bem como suportes a atividades como a observação de aves (*birdwatching*) e cogumelos.

A CIM Região de Coimbra, em parceria com a ADXTUR, desenvolveu o projeto Dark Sky® Aldeias do Xisto, que se integra no processo de certificação como “Destino Turístico Starlight”. As condições atmosféricas existentes nos concelhos de Arganil, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra e Penela são preponderantes para que as atividades turísticas relacionadas com esta temática possam ser desenvolvidas, sendo, ainda, um projeto inovador.

Ao nível do turismo gastronómico, projetos, como o Programa Seleção Gastronomia e Vinhos, têm sido fundamentais para capacitar e qualificar a oferta turística e gastronómica da Região de Coimbra, valorizando a identidade e autenticidade dos territórios e comunidades. Coimbra foi, ainda, eleita Região Europeia de Gastronomia 2021, pela “qualificação dos produtos tradicionais e sua inventariação, o registo de todo o património cultural imaterial associado, a afirmação de uma alimentação saudável, a pesquisa da história e cultura da alimentação dos territórios e a promoção enquanto fator de atração turística, representam metas para todos os agentes com responsabilidades ao nível do turismo e sustentabilidade das regiões” (CIM Da Região de Coimbra, s.d.).

4.4.3.4. CIM Beiras e Serra da Estrela

A CIM Beiras e Serra da Estrela é composta pelos 15 municípios referidos anteriormente. Em termos de projetos ao nível do setor turístico, podemos aferir o Guia de Alojamentos criado em 2016, que conta com a participação de todos os municípios e unidades hoteleiras neles existentes. Para além de nele estarem patentes os estabelecimentos de alojamento, é feita uma descrição dos locais a visitar em cada concelho. Este projeto visa dar a conhecer, promover e valorizar a região enquanto destino turístico.

A CIM promove também o destino Serra da Estrela através de quatro pilares definidos: natureza e aventura, cultura e história, sensações e sabores e saúde e bem-estar. Em 2018, propôs-se a criação de uma plataforma de promoção do destino são a criação da Rota do Património e Religioso; o desenvolvimento da Carta Gastronómica das Beiras e Serra da Estrela; o desenvolvimento da imagem gráfica da Marca Serra da Estrela e dos suportes de comunicação base; a conceção da imagem gráfica, suportes de comunicação e sinalética do destino; a conceção da imagem gráfica para agenda regional de tradições e celebrações cristãs; a conceção de sinalética para a rede de restaurantes regionais e suportes de comunicação; a conceção de stand promocional

da CIM; o desenvolvimento de uma plataforma *multidevices*; e uma aplicação informática com a informação devidamente compartimentada, onde serão integradas todas as informações acerca dos subprodutos turísticos respeitantes à Marca Serra da Estrela (CIM Beiras e Serra da Estrela, 2018).

A CIM tem ainda como objetivo a criação de produtos integrados do setor, projetos em desenvolvimento atualmente. Esta está, também, em processo de desenvolvimento de espaços de teletrabalho e *coworking*, que representam uma grande vantagem do ponto de vista da redução da assimetria geográfica de ofertas profissionais, democratizando as oportunidades entre as regiões de elevada densidade populacional e as de menor densidade. Este projeto permitirá ainda que sejam conhecidos os territórios que a compõem, dando a conhecê-los ao mundo .

4.4.3.5. CIM da Região de Leiria

A CIM da Região de Leiria é composta por 10 concelhos, Alvaiázere, Ansião, Batalha, Castanheira de Pera, Figueiró dos Vinhos, Leiria, Marinha Grande, Pedrógão Grande, Pombal e Porto de Mós. Atualmente está a implementar um projeto integrado na área do turismo, denominado “Produtos Turísticos da Região de Leiria”. Este projeto de promoção do território, num contexto de “Tudo Incluído” é coordenado pela CIM, que desenvolve uma estratégia de comunicação e atração turística para o território, sendo os dez municípios associados os executores das atividades locais.

4.4.3.6. CIM Médio Tejo

A CIM Médio Tejo é composta pelos 13 municípios já referidos. A promoção do destino é realizada através dos meios digitais, como é caso do site “Portal de Turismo – Médio Tejo”. Dentro do Programa Operacional do Centro 2020, criou a aplicação “Descubra” e lançou em 2021 uma versão atualizada da mesma. Esta aplicação é destinada a turistas e visitantes desta sub-região e tem, de acordo com a informação prestada pela mesma, “como objetivo a divulgação dos recursos patrimoniais da região e a promoção de visitas articuladas no território, através da disponibilização de informação uniformizada e uma oferta de serviços integrados” (Jornal de Abrantes , 2021).

4.4.3.7. CIM Oeste

A CIM Oeste é composta pelos concelhos que integram a Região Oeste, mencionados anteriormente. Ao nível da promoção turística, a CIM criou o projeto “*Be, Taste & Feel*

Sustainable Oeste”, cujos objetivos são incrementar o “sentimento de pertença por parte de turistas e comunidade local, a sensibilização e educação ambiental, envolvendo a própria comunidade e os turistas assim como a disponibilização de um conjunto de ferramentas de comunicação e suportes informativos virtuais, tendo em vista a promoção da sustentabilidade da atividade turística no Oeste” (CIM Oeste, s.d.).

Outro projeto da CIM foi a criação da Estação Náutica do Oeste, “uma plataforma de interação com o objetivo de promover a cooperação num determinado território entre municípios, as empresas de serviços náuticos e as empresas turísticas, entre o sector público e o sector privado” (CIM Oeste, s.d.).

O projeto “Oeste Portugal PT.COM” visou, entre outros “posicionar e comunicar Região Centro / Sub-Região Oeste como destino único na Europa que oferece produtos turísticos únicos que resultam de recursos e valores identitários excecionais (mar, gastronomia, património histórico, cultura, paisagem, hotelaria, animação e clima), através de iniciativas de cooperação territorial e institucional que permitam reforçar a visibilidade interna e externa e o seu reconhecimento como território de excelência” (CIM Oeste, s.d.).

A CIM criou, ainda, o Espaço Empresa da Comunidade Intermunicipal do Oeste, cujo um dos objetivos é prestar apoio ao registo de infraestruturas e atividades no âmbito do turismo. Já durante a pandemia Covid-19 “realizou um questionário *online* de diagnóstico dirigido às entidades empregadoras. Este questionário tem como objetivo “recolher informação crucial à implementação de um programa intermunicipal de apoio à economia e ao emprego na Região Oeste de Portugal, que permita complementar as medidas já em vigor para mitigar os efeitos da crise” (CIM Oeste, s.d.).

4.4.3.8. CIM Beira Baixa

A CIM Beira Baixa, cujos órgãos da assembleia municipal estão em reformulação, é composta pelos seis municípios supramencionados. Atualmente, tem em curso o projeto de Produtos Turísticos Integrados (PTI's) designado “Beira Baixa: três dias, três experiências” e cujo objetivo se prende com a “captação de fluxos turísticos, considerando o desenvolvimento sustentável do território, a valorização dos recursos endógenos e a estruturação de uma oferta turística integrada”. Este tem como alvo principal o mercado Ibérico “com interesse na cultura e na história, praticantes das

modalidades de Turismo em Espaço Rural (TER), e que tenham interesse em conhecer territórios diferentes, com riqueza ao nível da natureza, da gastronomia e da cultura” (CIM Beira Baixa, 2017) e tem como data de conclusão o final de 2021.

4.4.4. Associações setoriais

4.4.4.1. Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal

A Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) é uma instituição de utilidade pública e a maior associação empresarial do país. Conta já com 120 anos de existência, cuja missão é “representar as empresas do setor do Turismo e defender os seus direitos e legítimos interesses” (AHRESP, s.d.). Esta associação visa defender o setor, promover o turismo e apoiar o setor, nomeadamente os seus associados. Conta com delegações espalhadas pelo país, para garantir a proximidade junto dos mesmos e, assim, fomentar a atividade do setor.

Neste sentido, e com a pandemia Covid-19, a AHRESP desenvolveu mecanismos, propostas ao Governo, apoio específico aos associados por forma a disseminar todas as informações relevantes em relação a orientações e procedimentos impostos ao longo da pandemia, trabalho este que já vinha a ser feito anteriormente noutros âmbitos de interesse para os empresários do setor.

4.4.4.2. Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos

A Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (APECATE) é uma associação empresarial sem fins lucrativos que resulta da fusão de três associações. Entre outros, são objetivos desta associação: (i) representar, afirmar e defender os interesses dos associados junto dos órgãos decisores regionais, nacionais e europeus; (ii) estabelecer parcerias e prestar serviços de apoio que resultem em objetivos benéficos para os associados; (iii) identificar e propor soluções para os problemas específicos das empresas associadas; (iv) participar, em parceria com os nossos congéneres europeus, nos trabalhos e debates em curso sobre standards de qualidade, com vista à certificação de boas práticas empresariais; (v) desenvolver modelos de formação e certificação profissional adequados às exigências de qualidade e inovação dos organizadores profissionais de congressos, empresas de animação turística e organizadores profissionais de eventos; (vi) fomentar a

internacionalização das empresas associadas; dinamizar as sinergias intersectoriais e as relações profissionais entre associados; e (vii) promover os associados no mercado interno e externo (APECATE, 2021).

Esta associação define-se como o “fórum de todas estas empresas, a afirmação das suas competências de excelência, o espaço de trabalho e apoio à promoção e à internacionalização, o lugar onde podem e devem desenvolver-se as sinergias entre as melhores empresas de Portugal” (APECATE, 2021). Pelos bons serviços prestados ao turismo, foi distinguida, em 2010, com a Medalha de Prata de Mérito Turístico, atribuída pela Secretaria de Estado do Turismo e pelo Turismo de Portugal (APECATE, 2021).

4.5. Impactes da Covid-19 no setor turístico da região

Na Região Centro de Portugal, segundo dados da TCP obtidos através de inquéritos a unidades hoteleiras, a quebra de receitas em 2020 foi, em média, de 56,48%, tendo em conta os valores obtidos nas regiões de Leiria, Beira Baixa, Aveiro, Oeste, Coimbra, Beiras e Serra da Estrela, Viseu Dão Lafões e Médio Tejo.

Ao nível das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da Região Centro, na figura 10, podemos verificar a tendência crescente deste indicador, entre 2011 e 2019. No entanto, e sem dúvida relacionado com a pandemia Covid-19, esse valor decresceu para valores bem inferiores em 2020. O fecho de fronteiras e da grande maioria dos estabelecimentos ao longo de todo esse ano foram preponderantes para os valores apresentados. Pedro Machado, presidente da Turismo Centro de Portugal afirma, que associado a este decréscimo nas dormidas em estabelecimentos hoteleiros, desde março até dezembro de 2020, as perdas de receitas, para 49% dos estabelecimentos hoteleiros, afiguram-se nos 50% (Agência Lusa, 2020).

Figura 10 – Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica

Localização geográfica (NUTS - 2013) (1)	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual (4)					
	Período de referência dos dados (2)					
	2020		2019		2011	
	Tipo (estabelecimento hoteleiro) (3)					
Total	Hotéis	Total	Hotéis	Total	Hotéis	
N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	
Centro	3 362 011	2 243 070	7 134 863	5 024 964	4 043 543	3 115 247
Oeste	642 967	419 231	1 363 360	885 641	692 414	482 370
Região de Aveiro	399 478	286 666	792 745	...	403 219	315 781
Região de Coimbra	715 767	422 385	1 536 903	960 604	842 979	610 436
Região de Leiria	266 855	...	521 059	...	327 898	250 129
Viseu Dão Lafões	275 119	...	580 935	428 149	461 979	386 423
Beira Baixa	113 119	71 368	167 931	105 130	116 739	95 498
Médio Tejo	422 883	...	1 347 791	1 145 701	754 777	616 343
Beiras e Serra da Estrela	525 823	324 469	824 139	528 642	443 538	358 267

Dormidas (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual - INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Fonte: INE (outubro 2021)

Atendendo aos dados anunciados em setembro de 2021 relativos ao mês de agosto desse mesmo ano, podemos verificar, na figura 11, que o mês de agosto de 2021 registou um aumento do número de dormidas por NUTS II, com valores acima dos verificados em 2020, mas ainda inferiores a 2019. O que, na conjuntura atual de libertação da movimentação de pessoas com o desconfinamento dos países e o avanço da vacinação em todo o mundo, podem fazer prever que os números do próximo ano poderão voltar a crescer, se o mundo continuar a avançar em termos da diminuição de casos de infetados por Covid-19 nos próximos meses/ano. Podemos, ainda, dizer que, relativamente a 2019, janeiro e fevereiro mantinham um crescimento do número de dormidas em estabelecimentos de hotelaria, na Região Centro de Portugal.

Figura 11 – Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros (janeiro, fevereiro e março 2019 a 2021)

Período de referência dos dados (1)	NUTS 2013 (hierarquia cumulativa - PT, NUTS I, II, III, CC, FR) - variante 1	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Mensal	
		Tipo (alojamento turístico) (2)	
		Hotelaria	
		N.º	
Agosto de 2021	Centro	654 540	
Fevereiro de 2021	Centro	44 705	
Janeiro de 2021	Centro	67 282	
Dezembro de 2020	Centro	103 503	
Agosto de 2020	Centro	564 278	
Fevereiro de 2020	Centro	333 328	
Janeiro de 2020	Centro	264 868	
Dezembro de 2019	Centro	321 141	
Agosto de 2019	Centro	798 243	
Fevereiro de 2019	Centro	253 619	
Janeiro de 2019	Centro	228 114	

Fonte: INE (setembro 2021)

Estes números refletem meses em que a pandemia ainda não era conhecida como tal, apesar de já existirem notícias de que o vírus se poderia alastrar, pois em janeiro de 2020 já havia Estados-Membros de União Europeia que registavam casos de Covid-19, segundo os dados que podemos consultar no site do Conselho Europeu.

Em março desse ano foi decretada situação de pandemia mundial e começaram as ser canceladas viagens em todo o mundo, os países começaram a entrar em confinamento e, como podemos verificar, as dormidas nos estabelecimentos de alojamento, a partir de março de 2020, decresceram substancialmente (Figura 12). É de notar que, em Portugal e consequentemente na Região Centro, o confinamento teve início no mês de março de 2020, prolongando-se pelos meses seguintes. Desde a reabertura de fronteiras em Portugal, o número de dormidas tem continuado a crescer.

Figura 12 – Número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros (março, abril e maio, 2019 a 2021)

Período de referência dos dados (1)	NUTS 2013 (hierarquia cumulativa - PT, NUTS I, II, III, CC, FR) - variante 1	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Mensal
		Tipo (alojamento turístico) (2)
		Hotelaria
		N.º
Maio de 2021	Centro	223 357
Abril de 2021	Centro	97 745
Março de 2021	Centro	62 688
Maio de 2020	Centro	24 332
Abril de 2020	Centro	11 134
Março de 2020	Centro	120 183
Maio de 2019	Centro	507 945
Abril de 2019	Centro	461 530
Março de 2019	Centro	353 939

Fonte: INE (outubro 2021)

A Região Centro, pelas suas características territoriais e, como já vimos, teve um impacto negativo menor ao nível das quebras de procura que outras regiões do país, a baixa densidade populacional sobretudo no interior, alojamentos de menor dimensão, características naturais, com produtos direcionados para a prática de atividades ao ar livre, podem justificar isso mesmo. Por tudo isto, este destino foi visto, por muitos, com um destino seguro e, também, devido ao facto de não ter tanta procura por turistas estrangeiros nesta fase de Pandemia.

4.6. Conclusão

A Região Centro de Portugal é uma NUTS II, constituída por oito sub-regiões, as denominadas NUTS III, com uma dimensão de 28.200 km² e das quais fazem parte 100 concelhos. Os concelhos do interior foram os que mais perderam em população, em detrimento do aumento de população sentido na zona litoral.

Como um todo, esta região apresenta fatores diferenciadores em termos de riqueza e diversidade das atrações turísticas, localização geográfica, acessibilidades, segurança e hospitalidade. No que respeita aos impactes da Covid-19 na Região Centro de Portugal, a quebra de receitas em 2020 foi relevante. O fecho de fronteiras e da grande maioria dos estabelecimentos ao longo de todo esse ano (2020) foram preponderantes para os valores apresentados.

Atendendo aos dados anunciados em setembro de 2021 relativos ao mês de agosto deste mesmo ano, registou-se um aumento do número de dormidas por NUTS II, com valores acima dos verificados em 2020, mas ainda inferiores a 2019. Relativamente a 2019, janeiro e fevereiro de 2021 mantinham um crescimento do número de dormidas em estabelecimentos de hotelaria, na Região Centro de Portugal. Desde a reabertura de fronteiras em Portugal, o número de dormidas tem continuado a crescer. A Região Centro, pelas suas características territoriais, teve um impacte negativo menor ao nível das quebras de procura que outras regiões do país

5. Apresentação e análise dos resultados

5.1. Introdução

Neste capítulo são apresentados os resultados das entrevistas realizadas às entidades responsáveis pela gestão do destino Região Centro e de associações setoriais. Para a análise dos resultados obtidos são apresentados os resultados, de acordo com os objetivos deste trabalho, no âmbito pré-pandémico e posteriormente no âmbito da pandemia Covid-19.

5.2. Estratégias no contexto pré-pandémico

Para conhecer os vários agentes de estudo e promoção turística da Região Centro de Portugal foi-lhes perguntado quais a eram as estratégias, metas e impactes das mesmas antes do início da pandemia. Podemos ver os resultados das mesmas na tabela 1.

Tabela 1 – Estratégias, metas e impactes no destino Centro de Portugal

Entidade (DMO)	Estratégias e metas	Impactos
TCP	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento das dormidas, receitas e estadia média na Região; - Aumento das estatísticas do turismo e dados disponíveis; - Articulação com todos os agentes da região; - Facilitar a estruturação e desenvolvimento dos produtos turísticos; - Trabalho em conjunto com os agentes de gestão do território, como câmaras municipais, associações de municípios, associações empresariais, comissão de coordenação da Região Centro e Turismo de Portugal; - Aumentar a notoriedade e o awareness do mercado interno, relativamente à marca Centro de Portugal; - Continuar a apostar num plano de marketing e comunicação integrado, que integre owned (website, redes sociais, podcast), paid (branded content e publicidade paga, no off e no on-line, assim como, exteriores) e earned media (notícias orgânicas sobre a nossa atividade, eventos ou produtos e serviços diferenciadores). 	<ul style="list-style-type: none"> - Conseguir aumentar o número de dormidas na Região Centro, assim como a estadia média, que continuava muito baixa na Região, abaixo da média nacional, penso que estava em 1.8 dias e a meta era passar para cima dos 2 dias nos próximos anos; - Fazer com que as pessoas não venham à Região Centro apenas de passagem ou por uma noite, mas que venham passar férias de maior duração para assim contribuir para a riqueza da Região e também para aumentar o fluxo turístico, aumentar a quantidade dos turistas, também passa por aumentar a qualidade da nossa oferta turística; - Incentivar à qualificação dos nossos agentes turísticos, através do acesso a fundos comunitários, a facilitação em termos de licenciamento para que também haja uma oferta que posicione a nossa Região com mais qualidade para atrair público com mais exigência e com mais poder de compra; - Estar preparados para as tendências do comportamento do consumidor apontam para uso, cada vez mais, das ferramentas digitais, no momento em que pretendem escolher um destino turístico.
CIM Região de Aveiro	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de um conjunto de ações juntando os 11 municípios: Grande Rota da Ria de Aveiro; Ria de Aveiro Weekend; Candidatura do Barco Moliceiro a Património da Humanidade, junto da UNESCO; Ria de Aveiro - Produto Turístico Integrado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conhecer o território, aumentar o fluxo turístico e valorizar os recursos existentes
CIM Região de Coimbra	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de um conjunto bastante alargado de iniciativas em regime indoor, em regime de convivência entre as pessoas, em regime social, com enfoque em alguns produtos que efetivamente mereceriam ter uma elevado número de participantes, como os festivais gastronómicos e temáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover, dinamizar e qualificar a oferta turística da região.
CIM Das Beiras e Serra da Estrela	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação do território em termos turísticos junto dos media; parcerias conjuntas com unidades hoteleiras e restauração; - Utilização de meios digitais apelativos e criativos; aposta na Marca "Serra da Estrela"; - Criação do Guia de Alojamentos que permite informação atualizada acerca dos mesmos e que permite divulgação do território. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conhecer uma região que ainda não é muito conhecida, a não ser pelo seu ex-libris, a Serra da Estrela; no que diz respeito aos restantes projetos, só daqui por 3, 4, 5 anos teremos resultados palpáveis.
CIM Oeste	<ul style="list-style-type: none"> - Tornarem-se na primeira região inteligente do país, com foco na transição digital; - Assumir o turismo em toda a sua dimensão ecológica, um turismo verde e que assente no respeito pelo ecossistema e que seja um turismo sustentável; - Criação da estação do turismo náutico do Oeste; Aposta no surfe e nos desportos náuticos; Aposta no Turismo de natureza; - No futuro criar produtos turísticos integrados que juntem experiências no mar, na serra e património; - Aposta no enoturismo de qualidade sendo o territórios com mais quintas seculares dentro do país. 	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalizar o território por forma a se obterem dados abertos às empresas para elas poderem tomar decisões com base em dados fidedignos e que a administração pública lhes dá e por outro lado poderemos suportar com dados as tomadas de decisões dos políticos; - Não queremos um turismo massificado, queremos um turismo de qualidade, que incorpore valor, ou seja, que crie valor para a Região Oeste, tanto na utilização dos nossos recursos como na compra de produtos e de bens quer sejam alimentares, sejam eles na gastronomia, mas que fiquem cá e durmam cá no Oeste

Fonte: Elaboração própria

Como podemos verificar, as principais estratégias da TCP são o aumento das dormidas e do tempo de estadia dos visitantes através da articulação com os diversos agentes do setor, quer ao nível empresarial quer ao nível dos restantes agentes de gestão em turismo e da estruturação e desenvolvimento dos produtos turísticos. Estas estratégias passam pelo aumento na notoriedade da marca Centro de Portugal e dar continuidade a um trabalho de marketing integrado através do *online*, de *branded content*, notícias nos vários media e de feiras com produtos e serviços diferenciadores. Estas estratégias têm como missão, como referido, o aumento da estada média dos turistas, a qualificação da oferta turística através do acesso a fundos comunitários e facilitação dos licenciamentos das empresas do setor por forma a que esta qualificação da oferta se traduza na atração de turistas mais exigentes e com mais poder de compra. A franca aposta no digital, por parte da TCP, coaduna-se com uma procura turística cada vez maior ao nível digital.

No que respeita às CIM entrevistadas, todas elas, e segundo as competências que lhe foram dadas, têm papel ativo no setor, mesmo que seja a um nível relativamente recente, como pudemos verificar anteriormente. Todas elas trabalham em conjunto com os diversos municípios que as compõem por forma a dinamizar o setor, aumentar a qualificação da oferta, aumentar os fluxos turísticos e valorizar os recursos naturais existentes nas diferentes regiões. Algumas das iniciativas criadas têm um maior enfoque nos eventos *in loco*, como é o caso das Regiões de Aveiro e de Coimbra. Em relação às duas outras CIM entrevistadas, estas revelam uma grande aposta na divulgação das regiões por via digital, sendo que a CIM Oeste quer tornar-se na primeira “região inteligente” do país.

As mesmas questões foram colocadas às duas associações setoriais entrevistadas e aferiu-se que os seus grandes objetivos são o apoio aos empresários do setor e a ajuda à criação de medidas que os possam ajudar, através de reuniões com câmaras municipais e criação de vários protocolos de apoio aos empresários, representação das empresas do setor do turismo e defesa dos seus direitos e legítimos interesses. As estratégias passam pela discussão com o Governo e diferentes ministérios por forma a prestar apoio aos empresários do setor. A associação pertencente ao domínio da hotelaria e restauração tem um papel já de muitos anos junto das entidades governativas e tem igualmente parcerias criadas com várias CIM, criando em parceria com várias câmaras municipais protocolos de apoio aos empresários.

5.3. Dificuldades e oportunidades originadas pela pandemia

Na tabela 2 podemos verificar as principais dificuldades que a pandemia originou nas estratégias das entidades entrevistadas.

Tabela 2 – Dificuldades e oportunidades das entidades públicas

Entidade (DMO)	Dificuldades	Oportunidades
TCP	<p>- Não sabemos, se nos próximos 5 anos conseguimos números que nos impulsionem de forma tão evidente para os números de dormidas a que nos tínhamos proposto até 2030;</p> <p>- Sendo que os nossos principais mercados internacionais são, entre outros Espanha(1º) e França(3º) e depois temos o Brasil, Itália e Estados Unidos significa que, nesta fase, estamos muito dependentes dos mercados nacionais, espanhol e francês, a curto prazo, pois os mercados mais longínquos ainda terão mais dificuldade em viajar para cá;</p> <p>- a velocidade a que todos nós tivemos de nos adaptar à nova forma de comunicar e promover destinos turísticos, em particular, o desafio de fazer promoção turística, quando o que se pretendia era que as pessoas ficassem em casa. A este nível, a TCP foi inovadora, tendo sido das primeiras DMOs a lançar campanhas em pleno confinamento.</p>	<p>- A baixa densidade turística da Região levou a que, com a Pnademia, a procura fosse maior, devido a existirem zonas com baixa densidade populacional, onde o turismo não fosse massificado, pequenas unidades de alojamento para assim estarem mais isolados e com uma perceção de segurança maior, ao nível da crise sanitária e tendo em conta que no que diz respeito à Região Centro, o nosso público-alvo, o nosso maior mercado continua a ser o mercado português, neste momento, mais de 50% das dormidas na Região Centro, são do mercado nacional.</p> <p>- Foi uma oportunidade de ouro para testar estratégias, novas formas de comunicar e treinar as equipas;</p> <p>- Na TCP sempre houve uma liderança de estímulo à inovação, criatividade, capacitadora e de estímulo à autonomia. Este é um elemento-chave em todo este processo; desenvolvimento de audiovisuais (que foi sempre uma aposta da TCP), campanhas, ao desenvolvimento de webinars (desde o momento em que foi declarado lock down, a TCP desenvolveu dezenas de webinars de apoio aos diferentes stakeholders da região), podcast ("Aqui, entre nós", onde, com regularidade semanal, apresenta roteiros pela região Centro, muitos deles com convidados especiais), realização de press e blog trips, por produtos turísticos diferenciadores da região, e em linha com as novas tendências do consumidor).</p>
CIM Região de Aveiro	<p>- As ações que nós tínhamos previstas foram muito prejudicadas pela Covid, o que nos obrigou a fazer um exercício de adaptação, como as atividades conjuntas, como a BTL, promover o território com a marca Ria de Aveiro.</p> <p>- No próprio desenvolvimento do nosso plano, houve ações, eventos que deixaram de ser feitos. Por exemplo, o Ria de Aveiro Weekend, este projeto tem muitas atividades das quais, este ano, só pudemos realizar uma delas, que foi a Regata dos Moliceiros e mesmo essa com algumas restrições</p>	
CIM Região de Coimbra	<p>- obrigou-nos a ser repensar as iniciativas que tínhamos previstas;</p> <p>- é difícil planear, pois as regras têm ainda sofrido alterações constantes. Tem, efetivamente, sido um processo de adaptação até chegarmos a um ponto de normalização possível.</p>	<p>- tivemos surpresas agradáveis, como o aumento substancial da taxa de ocupação dos alojamentos em grande parte do nosso território, nomeadamente no interior, a procura muito elevada pelos segmentos de walking e cycling, tudo o que podemos considerar turismo ao ar livre e que permita distanciamento social das pessoas;</p> <p>- Por parte dos municípios houve um claro esforço de adaptação do que eram os seus produtos e oferta turística à realidade do momento.</p>
CIM Das Beiras e Serra da Estrela	<p>- No nosso caso, as dificuldades foram muito menos sentidas do que em muitas outras Regiões, dadas as características do território</p>	<p>-Foi uma grande oportunidade para as pessoas conhecerem o nosso território, a nossa taxa de ocupação hoteleira foi das maiores de sempre, dada a baixa densidade populacional e baixa densidade turística</p>
CIM Oeste	<p>- A Covid-19 veio trazer-nos a não vinda turistas internacionais;</p> <p>- o turismo interno não conseguiu colmatar a não vinda de turistas estrangeiros</p>	<p>- aumento substancial dos fluxos de turistas nacionais</p>

Fonte: Elaboração própria

A TCP refere que uma delas se prende com um dos seus principais objetivos de trabalho, o aumento do número de dormidas por toda a região, que se vinha a sentir até 2019 e ao qual se tinham proposto até 2030. Outra dificuldade sentida passa pela indefinição acerca da chegada de turistas de países mais longínquos, que eram bastante representativos no mercado, como é o caso do Brasil, pois como a taxa de vacinação e a abertura de fronteiras está a ser realizado de forma gradual de país para país e de continente para continente, não sendo, ainda, possível perceber qual será o comportamento desses mercados. Muitos mercados fora da Europa também redescobriram o turismo interno e poderão levar mais tempo até viajarem para fora das suas fronteiras. A velocidade com que tudo mudou, com a chegada da pandemia, obrigou a refletir acerca da forma de comunicação e promoção do destino, e deu-se prioridade a criar formas de, apesar das pessoas não terem liberdade para se deslocarem, não se esquecerem do destino. Foi desta forma que a TCP trabalhou para promover a região, pedindo paciência às pessoas, mas afirmando que a região estaria preparada para receber os turistas quando chegasse o tempo de poderem voltar a viajar.

Para quase todas as CIM entrevistadas foi, claramente, necessário repensar as estratégias/eventos/ações que estavam agendadas. A imprevisibilidade tornou difícil a realização de projetos em curso. A falta de turistas estrangeiros, não foi colmatada pelo maior fluxo de turistas portugueses, a nível económico. O turista português não está habituado a gastar muito dinheiro quando viaja dentro do país. A grande proximidade entre as regiões permite deslocações relativamente rápidas e viagens de ida e volta no mesmo dia, não dando origem ao aumento do número de dormidas e, conseqüentemente, não contribuindo tanto para a economia local.

No que respeita à CIM Beiras e Serra da Estrela, esta demonstrou que a conjuntura pandémica foi até benéfica para a região. As características territoriais de baixa densidade populacional, com oferta de alojamentos de pequena dimensão, pouca massificação do turismo e pautada por um vasto leque de espaços de natureza e ar livre, foram preponderantes para que esta fosse uma das regiões, como já vimos anteriormente, com sinais de aumento do número de dormidas durante a pandemia. Esta situação também foi reportada pela CIM Região de Coimbra, que com um interior com características semelhantes, obteve resultados positivos ao nível do setor, como referido também pela TCP.

Esta última refere ainda que, tendo em conta a premissa já existente na entidade, a pandemia deu continuidade ao estímulo económico e à inovação, centrando-se nos meios de comunicação audiovisuais, no desenvolvimento de *webinars*, *blog trips* e *podcasts*, coadunando-se com as novas tendências de mercado.

Ao nível das associações setoriais e com informações um pouco mais amplas do que ao nível da Região Centro, a tabela 3 apresenta as principais dificuldades e oportunidades sentidas desde o início da pandemia pelos empresários dos setores que representam. As constantes alterações de medidas de confinamento ao longo dos últimos meses, a rapidez com que as empresas tiveram sempre de se adaptar as essas medidas e, por vezes, a falta de clareza das mesmas para serem postas em prática, a precariedade nos setores referente aos empregos existentes nas empresas que entraram em *lay-off* ou mesmo que fecharam portas, a elevada burocratização e dificuldade em conseguir os apoios que o Estado criou para diminuir os impactes económicos gerados pela pandemia, trouxeram grandes dificuldades a estes dois setores.

Tabela 3 – Dificuldades e oportunidades das associações setoriais

Entidade (DMO)	Dificuldades	Oportunidades
AHRESP	<p>desconfinamentos destes últimos 15 meses , ou seja, o constante fecho e abertura dos estabelecimentos, a limitação do espaço e do número de pessoas nos espaços, que na hotelaria quer na restauração, existindo uma grande imprevisibilidade no setor, como em todos os outros setores, sobretudo quando falamos de aberturas e fechos de fronteiras;</p> <p>- Grande aperto que as empresas sentem, em relação à programação da sua atividade porque os mercados externos não estão estáveis e porque ao nível do mercado internos, estamos a entrar numa, ao que parece, nova vaga da Pandemia Covid-19;</p> <p>- Esta incerteza levou a que muitos estabelecimentos abrissem de forma “deficiente” e outros que pura e simplesmente, não abriram e ainda, outros que muito dificilmente voltarão a abrir depois da Pandemia;</p> <p>- Os apoios que existiram, primeiro, só chegaram a uma parte das empresas, segundo quando chegaram, chegaram muito tarde, terceiro são muito burocratizados; -Um quadro muito difícil e muito inseguro; Não havendo mobilidade, não havendo circulação, não havendo confiança nos consumidores, as pessoas retraem-se. Muitas pessoas mudaram de hábitos, passaram a comer menos vezes nos restaurantes e a cada vez que soam os alarmes respeitantes a restrições de circulação e horários de funcionamento dos estabelecimentos as pessoas têm medo e fecham-se, não indo aos estabelecimentos;</p> <p>-Desemprego</p>	<p>- A AHRESP tem tido uma capacidade de antecipação, de estar ao lado dos empresários, de coser e desenhar propostas e muitas delas, muitos dos apoios foram fundamentais para segurar empregos e fazer resistir muitas empresas foram desenhadas pelas AHRESP e que depois o Ministério da Economia, muitas aproveitou, muitas outras propostas que nós fizemos, infelizmente, não viram a luz do dia, mas nós, com o conhecimento que temos e com tecido empresarial que representamos fomos capazes de desenhar muitos dos apoios que foram vitais, fundamentais para sobrevivência de muitas empresas e de muitos empregos.</p>
APECATE	<p>- Situação de crise, por falta de atividade económica, porque os problemas que existem hoje não são novos e não foram causados pela Pandemia;</p> <p>- o planeamento e a gestão daquilo que é o espaço público esteja devidamente ordenado e devidamente planeado e aqui é que está a grande falha, porque há imensos conflitos de base que têm a ver com a falta de ordenamento;</p> <p>- Em relação à Pandemia, embora em parte posso ser justificada a falta de orientação, porque num dia é uma coisa e noutro dia é outra, em relação à forma como as medidas são comunicadas, com a maneira como elas são depois aplicadas, demonstra uma falta de cidadania enorme e falta de respeito do Governo e do Estado;</p> <p>- Se nos focarmos nos eventos musicais, casamentos, feiras, esses, por muito que queiramos, precisam de uma participação;</p> <p>- As nano-micro empresas que viviam no limite não sobreviveram, as médias têm vários problemas, depois temos as grandes empresas com mais recursos que se aguentaram um pouco melhor;</p> <p>Os apoios iniciais foram os apoios bons, mas depois ficaram-se por aí. O Governo apoiou-se muito nos apoios concedidos pela banca. O problema é que os bancos não emprestam dinheiro às nano, micro e médias empresas, não querem. A medida, teoricamente é boa, mas na prática não tem impacto.</p>	<p>- No setor dos congressos houve uma reconversão, em que a transição para os congressos online foi rapidamente implementada, se por um lado se perderam muitas coisas como a participação presencial, mas a participação online trouxe outras vantagens, tal como o facto de empresas portuguesas, muito bem preparadas, que com congressos in loco não conseguiram ter mais de 15 mil participantes, em regime online conseguiram atingir públicos de mais de 100 mil pessoas;</p> <p>- No setor dos eventos, também algumas empresas conseguiram fazer esse salto e começaram a trabalhar mais, mas a grande maioria trabalhou muito menos, pois como é óbvio houve menos eventos. Naqueles que puderam ser tornados digitais aí o crescimento foi enorme.</p>

Fonte: Elaboração própria

No que respeita a oportunidades, a AHRESP realça que o trabalho efetuado pela associação ao longo dos anos permitiu que fossem ouvidos pelo Governo e teve ainda um

papel preponderante para que as medidas impostas trouxessem um pouco menos de impacto negativo no setor, permitindo às empresas sobreviverem e conseguirem manter os seus funcionários. Para além disso, algumas empresas aproveitaram para renovarem os seus espaços e se modernizarem, como veremos mais à frente.

A APECATE refere que a pandemia permitiu a reconversão no setor dos congressos. Este passou a ter mais participantes ao nível *online* do que teriam se fossem realizados presencialmente. Este impacto positivo acontece, tendo em conta que, segundo a associação, existem poucos locais no país, nomeadamente na Região Centro, que tenham capacidade e estrutura para acolher milhares de pessoas. Ao nível do setor dos eventos, as empresas que tiveram capacidade para se adaptar, tendo em conta as características de alguns desses eventos, conseguiram fazê-lo de forma positiva. Por outro lado, eventos como casamentos, batizados, concertos ao vivo foram mais prejudicados em termos de horários, capacidade e realização.

5.4. Estratégias desenvolvidas no contexto pandémico

Ao nível das estratégias que foram elaboradas para o desenvolvimento e promoção da Região Centro, como podemos verificar na tabela 4, a TCP redirecionou-as para a vertente digital, quer ao nível da promoção do destino, como já referido anteriormente, mas também aproveitou este momento de “paragem” para a qualificação dos agentes turísticos, através da divulgação e discussão acerca da oferta turística, criou também pacotes turísticos em parceria com agentes de viagens e o Continente para promoção da região, desenvolveu conteúdos regulares nas plataformas *online* e redes sociais e criou visitas guiadas de 360º em conjunto com os municípios, de forma a criar um sentimento de segurança e confiança para que quando a abertura dos mercados acontecesse, a Região Centro estivesse nas escolhas dos consumidores.

Tabela 3 – Novas estratégias desenvolvidas pelas DMO

Entidade (DMO)	Novas Estratégias	Estratégias que se mantêm
TCP	<ul style="list-style-type: none"> - A ação promocional focou-se exclusivamente pela comunicação digital e daí termos lançado várias campanhas com suporte de vídeo, temos feito publicidade e também branded content; - Webinars e workshops focados em determinadas temáticas e na divulgação e discussão de vários produtos turísticos, pelos agentes turísticos, empresas, associações e câmaras municipais sobre o desenvolvimento de produtos turísticos; - Webinars de formação promocional da Região direcionada para operadores turísticos e agências de viagens acerca dos roteiros da Região; - Parceria com o Continente «, Geostar e TopAtlântico, a campanha “Viagens na Nossa Terra”; - novos materiais para dar a conhecer, num formato digital, nesta primeira fase, o território tanto aos operadores turísticos como ao público em geral; - Apostamos na produção de conteúdos cada vez mais regular, para alimentar o nosso site e as nossas redes sociais, tendo inclusive, lançado a iniciativa #centrodeportugalonline, onde procurávamos mostrar às pessoas o Centro de Portugal, com recurso a visitas 360º, uma aposta ganha de muitos municípios e museus da região; - Dar confiança aos turistas para que possam viajar, é nosso propósito fidelizar todos os que em 2020 passaram férias no Centro de Portugal, dando-lhes argumentos para que o continuem a fazer. 	<ul style="list-style-type: none"> - A nossa estratégia de desenvolvimento não mudou, o nosso território não mudou, podemos é ter de as reajustar; - Um projeto que ganhou mais dimensão, devido à Pandemia, do que se não houvesse pandemia, foi um trabalho que se chama “Work From Centro de Portugal”, ou seja, estamos a desenvolver um programa de workshops de disseminação de informação sobre a temática do trabalho remoto, que já existia antes da Pandemia ; - Em termos de estratégia, os princípios da sustentabilidade, da economia circular, do aumento da estadia média, do incentivo às atividades ao ar livre, qualificação da oferta e o apoio as estas atividades de novas tendências mantêm-se na nossa estratégia de atuação; - continuar a apostar nos projetos que apresentam um bom ROI (return on investment) e abandonar os que não têm resultados tão positivos.
CIM AVEIRO	<ul style="list-style-type: none"> - A divulgação das nossas ações foi feita, muito online, através, por exemplo de webinaries, com apresentações online com um menor número de pessoas a assistir. 	<ul style="list-style-type: none"> -Todas as que já existiam
CIM COIMBRA	<ul style="list-style-type: none"> -Redirecionámos as nossas campanhas para os domínios do turismo ao ar livre, tínhamos lançado há pouco tempo o produto relacionado com os Caminhos da Região de Coimbra, os 700km dos caminhos da Região de Coimbra; - Conjunto de ações para produtos turísticos que permitissem mais distanciamento social, como o Surf Now Crowd que teve algum impulso; - Tem de voltar a haver um plano, que já está definido e que já foi apresentado, mas com um reposicionamento do setor, com a convicção clara de que há alguns territórios que vão ter ganhos, como os territórios do interior e há outros, que se calhar vão demorar mais um pouco a chegar aos níveis pré-Pandémicos 	<ul style="list-style-type: none"> -Todas as que já existiam
CIM REGIÃO OESTE	<ul style="list-style-type: none"> - Estratégia integrada através de certos pontos: estamos a chamar cada vez mais os operadores a cooperar connosco, através da criação de uma plataforma para se começar a contruir produtos integrados; - No ano passado fizemos uma campanha para que os portugueses visitassem o Oeste que passou na televisão durante cerca de um mês e meio e obtivemos alguns resultados positivos no que respeita au turismo nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - temos de juntar todos para pensar numa política conjunta. E não é só através da administração pública, é juntando-nos todos e pensar em conjunto. O que nós podemos fazer, ao nível da administração pública, é que temos de criar condições, vender a marca Oeste, mas temos também de nos sentarmos à mesa com os stakeholders, com os empresários, para que eles construam, em conjunto connosco, produtos integrados e conseguirmos fazer com que o turista que nos vista consiga perceber e ficar mais algum tempo e que gaste mais dinheiro aqui para incorporar na economia da Região
CIM BEIRAS E SERRA DA ESTRELA	<ul style="list-style-type: none"> -Investimento financeiro que passará pela divulgação assertiva do território relativamente às potencialidades e aos recursos, quer em termos de património natural, construído, quer pela gastronomia, quer pela saúde e bem-estar, quer pelas nossas gentes, costumes e identidade. 	

Fonte: Elaboração própria

As restantes DMO trabalharam de forma bastante semelhante, apostando nos meios digitais, no redirecionamento de produtos ligados à natureza, mar e ar livre que permitissem distanciamento social que os turistas procuraram.

Podemos aferir que ao nível das estratégias de desenvolvimento e promoção do destino, todos deram continuidade às mesmas, afirmando que o trabalho conjunto com os restantes agentes do setor se revela fundamental para a criação de produtos turísticos.

Ao nível das associações setoriais, a AHRESP salientou que as estratégias dos empresários passaram pela reorganização das empresas, e que alguns “aproveitaram o facto de estar fechados para remodelar os seus estabelecimentos, alguns endividando-se mais, gastando economias que tinham, fazendo empréstimos particulares, mas é verdade que há uma nova oferta, há algumas franjas da oferta que estão a aparecer e na área da restauração modernizou-se muito em todo o território do Centro”. Por seu lado, a APECATE referiu que “vai existir um período de euforia, que se pauta pelas pessoas terem liberdade para fazerem muitas coisas”, que os turistas vão procurar “atividades mais sustentáveis, mas que a procura por destinos de natureza é capaz de baixar novamente”, não bastando que as empresas “esperem” pela vinda dos turistas, será necessário “continuarem a reorganizar-se, transformarem-se e criarem oferta de produtos”. É ainda salientado que “esta oportunidade não foi aproveitada para criar produto e capitalizar, foi apenas consumida, será necessário criar produtos turísticos e haver um melhor planeamento do setor”.

5.5. Interação entre as várias entidades

No que respeita à interação entre as várias DMO para efetivação das estratégias criadas e continuadas (Tabela 5), a TCP procurou estar ao lado de todas elas através de “um diálogo franco, aberto e direto” e, ainda promoveu, junto dos agentes da região, a disseminação da informação e aplicação do selo “Clean & Safe” promovido Turismo de Portugal. Este projeto visa “transmitir às empresas e profissionais informação sobre as medidas mínimas necessárias de distanciamento social, de higiene e limpeza dos estabelecimentos, mas sobretudo, promover Portugal como destino seguro, do ponto de vista dos cuidados a observar para uma coerente e eficaz manutenção das condições que evitem a propagação do novo coronavírus, numa atuação concertada, com o envolvimento de profissionais e empresas do setor e apelando à responsabilidade de todos” (Turismo de Portugal, 2020).

As CIM Região de Aveiro, Região de Coimbra e Beiras e Serra da Estrela salientam que têm trabalhado em conjunto com as outras DMO a fim de dar continuidade às estratégias e projetos do setor. A CIM Região Oeste refere que aproveitou o facto de ter um espaço

interiamente dedicado às famílias, mas também aos empresários da região e que desenvolveu estrutura por forma a prestar esse apoio no âmbito da pandemia. Refere ainda que existe a necessidade de se melhorarem as relações entre o setor público e privado a nível regional.

A AHRESP refere que a interação entre os vários órgãos de governo e gestão turística são fundamentais no seu trabalho. Por seu lado, a APECTE refere que existe uma deficiência estrutural no que respeita à criação e estabelecimento de medidas neste e noutros âmbitos e que não são suficientemente consultados aquando das mesmas, tendo dificuldade em disseminá-las pelos empresários do setor.

Tabela 4 – Interação entre as DMO da região

Entidade (DMO)	Interação entre as várias DMO
TCP	- Turismo de Portugal – Selo Clean&Safe: o núcleo do Investimento da TCP teve um papel importante na disseminação desta informação para que os estabelecimentos conseguissem obter este selo e ação neste selo junto das Câmaras Municipais, porque nós fomos intermediários entre elas e o Turismo de Portugal na atribuição do selo aos postos de turismo ou bibliotecas municipais ou espaços culturais municipais ; - A TCP orgulha-se de ter uma estratégia integrada com o Turismo de Portugal, com a CCDRC, com as suas 8 Comunidades Intermunicipais, e com os seus 100 municípios, e com todo o seu tecido empresarial e académico. Sem este registo de diálogo franco, aberto e direto, não teria sido possível alcançarmos os resultados que temos alcançado nos últimos anos, e estas vitórias são partilhadas com todos e a todos pertence.
CIM AVEIRO	- Existe cooperação entre todos os municípios e a CIRA, assim como a TCP
CIM COIMBRA	- Existe cooperação entre todos os municípios e CIM Região de Coimbra, assim como a TCP
CIM REGIÃO OESTE	- Vamos ter, no pós-covid-19, políticas de apoio financeiro às empresas, as câmaras estão a ajudar o setor turístico, nós temos uma linha de apoio ao Covid, somos a única CIM que tem um espaço de empresas para toda a Região e esse espaço empresa tem uma linha verde que presta o apoio às empresas e às famílias; - Ao nível regional, penso que as relações entre o setor público e o setor privado deveriam ser deveriam ser melhoradas.
CIM BEIRAS E SERRA DA ESTRELA	- Todas as iniciativas têm de ser bem divulgadas para criar necessidades às pessoas para virem para cá. As câmaras, em conjunto com a CIM têm tido um papel muito grande nestes projetos.
AHRESP	- A AHRESP trabalha permanentemente com os órgãos de Governo, as Entidades Regionais e Turismo, assim como com as Câmaras Municipais
APECTE	- Têm de ser tomadas medidas rápidas e o primeiro erro é o facto de o Governo não trabalhar com as associações e não as ouvir antes de tomar as decisões; - O Governo tomou decisões ouvindo quem ele quis, como é óbvio, mas deixou de ouvir uma parte importante, que são as associações que são uma arma de disseminação das medidas tomadas e para levar a informação de como as medidas devem ser implementadas no setor

Fonte: Elaboração própria

Ao longo das entrevistas realizadas houve algumas questões que se tornam relevantes em dar a conhecer. A CIM Região de Coimbra enfatizou o facto de que muitas reuniões/eventos que antes da pandemia eram realizados de forma presencial, com as adaptações que foram necessárias fazer para as realizar por meios digitais, muitos deles poderão não vir a realizar-se mais nos moldes anteriores, e essa questão levará a alterações no que diz respeito ao turismo de negócios.

A CIM Oeste realça o facto de que “seria muito interessante trabalharmos numa lógica de cadeias de valor, porque o território não acaba aqui e o território do Oeste, certamente tem uma grande ligação com os territórios de Leiria, ou Aveiro, por exemplo. Poderiam fazer-se produtos integrados”. É ainda referido que os territórios turísticos “não podem ser compartimentados por geografia, mas acima de tudo por produtos e, por isso, as sub-regiões, que são as CIM, terão de ter a capacidade de trabalhar em conjunto para incorporar valor efetivo em cada uma delas”. Esta seria uma forma de “manter o território mais vivo” e “é uma questão a pensar para o futuro”. Ao longo da entrevista foi também referido que “o objetivo do país não pode ser só receber turistas, tem também de ser a criação de valor acrescentado no turismo, fazendo com que as empresas ganhem mais dinheiro e que distribuam esse dinheiro pelas pessoas que nele trabalham, porque são essas pessoas que fazem a diferença entre termos ou não um turismo de qualidade”, sendo, para tal, necessário realizar-se “uma avaliação mais integrada e holística [...] acerca desta cadeia de valor”.

5.6. Conclusão

As principais estratégias da TCP são o aumento das dormidas e do tempo de estadia dos visitantes; o aumento na notoriedade da marca Centro de Portugal; e o aumento da qualificação da oferta turística. No que respeita às CIM, todas elas, e segundo as competências que lhe foram dadas, têm papel ativo no setor, mesmo que seja a um nível relativamente recente. As duas associações setoriais entrevistadas têm como grandes objetivos apoiar os empresários do setor e na criação de medidas que os possam ajudar nas suas obrigações legais referentes à atividade; representar as empresas do setor do turismo e defender os seus direitos e legítimos interesses.

A TCP refere que uma das principais dificuldades que a pandemia originou foi a concretização de um dos seus principais objetivos de trabalho, o aumento do número de dormidas por toda a região; indefinição acerca da chegada de turistas de países mais longínquos, que eram bastante representativos no mercado; a velocidade com que tudo mudou, com a chegada da pandemia. Para quase todas as CIM entrevistadas foi, claramente, necessário repensar as estratégias/eventos/ações que estavam agendadas. A imprevisibilidade tornou difícil a realização de projetos em curso. No que respeita à CIM Beiras e Serra da Estrela, esta demonstrou que a conjuntura pandémica foi até benéfica para a região. Esta situação também foi reportada pela CIM Região de Coimbra. Ao nível das associações setoriais, as principais dificuldades sentidas com a pandemia foram

constantes alterações de medidas de confinamento ao longo dos meses e a necessidade respostas rápidas para os empresários se adaptarem às mesmas. A APECATE refere que a pandemia permitiu uma reconversão no setor.

Ao nível das estratégias que foram elaboradas para o desenvolvimento e promoção da Região Centro, a TCP redirecionou-as para a vertente digital e as restantes DMO trabalharam de forma bastante semelhante, apostando nos meios digitais, no redireccionamento de produtos ligados à natureza, mar, ar livre que permitissem distanciamento social que os turistas procuraram. A AHRESP salientou que as estratégias dos empresários passaram pela reorganização das empresas e a APECATE referiu que “vai existir um período de euforia, que se pauta pelas pessoas terem liberdade para fazerem muitas coisas”, que os turistas vão procurar “atividades mais sustentáveis, mas que a procura por destinos de natureza é capaz de baixar novamente”. No que respeita à interação entre as várias DMO para efetivação das estratégias criadas e continuadas, todas as entidades procuraram trabalhar de uma forma conjunta com vista à dinamização do setor.

6. Conclusão

6.1. Conclusões gerais

A pandemia Covid-19 trouxe novos desafios em todo o mundo e em todos os setores. O setor do turismo foi um dos mais afetados, percebendo-se ainda mais que é um setor preponderante da economia mundial.

Depois dos acontecimentos do 11 de setembro esta é talvez a época que mais alterou e gerou desafios ao setor. Não estamos a falar de uma ameaça à segurança de todos que é visível na sua essência, mas de um vírus invisível a olho humano com um impacto muito grande ao nível da segurança sanitária mundial. A rapidez com se que se propagou e continua a propagar levaram à necessidade de criar estratégias igualmente rápidas para tentar travar a sua disseminação.

Como já vimos, o mundo ainda não ganhou a “guerra” contra o vírus, ele ainda está presente na vida de todos, com diferentes pesos em vários países, devido à taxa de vacinação que cada um terá, aos processos de confinamento que ainda existem, mas também pela dificuldade gerada pelo facto de existirem muitas diferenças no processo de combate à pandemia em muitos países.

Portugal, um país com todas as condições para ser um destino turístico de excelência (Seabra, Cravidão, & Gomes, in press) e a Região Centro de Portugal, não sendo exceção, é a uma região com uma ampla diversidade de oferta no setor. Composta por oito sub-regiões dotadas de um património arquitetónico, cultural e natural infindável, são inúmeros os atrativos turísticos que ali existem.

Em 2019, os números do setor turístico atingiram níveis recorde em todo o mundo, em Portugal e na Região Centro registaram-se igualmente estes valores históricos. Tendo em conta as estatísticas, previa-se que o ano de 2020 fosse o melhor ano de sempre da indústria do turismo em Portugal, com valores históricos nos meses de janeiro e fevereiro (Seabra, Cravidão, & Gomes, in press). No entanto o fecho de fronteiras em todo o mundo veio abalar todas as estatísticas e previsões do setor. Os vários países entraram em confinamento e foi necessária uma readaptação dos governos e populações a todos os níveis.

Neste contexto de confinamento, de fecho de fronteiras, de privação de liberdade da população e de insegurança foi necessário repensar os vários setores económicos. O setor do turismo, amplamente abalado, teve necessidade de ser repensado. O fecho das fronteiras internacionais, e numa primeira fase um confinamento geral da população, fizeram com que este parasse. Os restaurantes, os bares, as pastelarias, as discotecas e os hotéis fecharam, as empresas de animação turística não podiam trabalhar, os eventos deixaram de poder ser realizados. Numa segunda fase, foi possível a reabertura de grande parte deles, no entanto, com muitas restrições. Desta forma, as empresas tiveram de se adaptar às constantes medidas impostas pelo Governo e DGS, essa adaptação necessitou que fossem criadas estratégias e medidas com vista à sua manutenção e subsistência.

Este trabalho teve como propósito conhecer quais os impactes da Covid-19 no setor do turismo na Região Centro de Portugal e as estratégias adotadas, com vista à retoma do mesmo, por parte dos agentes decisores do setor. O destino Centro de Portugal, a quem este mais de ano e meio de pandemia trouxe alterações ao nível da procura turística, tem todo o potencial de crescimento, de forma gradual e sustentável.

É prioridade o aumento dos fluxos turísticos e da estada média no destino, mas poderá ser uma “época de ouro” para se continuarem a repensar estratégias com vista ao desenvolvimento de produtos turísticos integrados, aspeto muitas vezes referenciado nas entrevistas realizadas, nomeadamente a criação deste tipo de produtos, onde os vários agentes do setor possam cooperar, interligar a oferta turística, tomar decisões com vista à divulgação do seu território em conjunto, a qualificação da oferta turística, isto é valorizar os produtos já existentes, criando novas formas de atratividade para os visitantes.

Os meios digitais foram preponderantes para a manutenção das atividades programadas, para dar continuidade às estratégias previamente estabelecidas, para criar valor ao nível do trabalho realizado e para que os agentes concebessem formas de chegar aos seus públicos. Vivemos numa era digital e esta foi a melhor forma de divulgação do território e a estratégias que passaram pela realização de *webinars*, formações, criação de audiovisuais, *branded content*, disseminação das medidas sanitárias impostas pelo Governo desde o início da Pandemia. A TCP fez, neste âmbito, um grande e valioso trabalho de criação e divulgação de conteúdos, quer para os agentes do setor, quer para os turistas.

As CIM entrevistadas, em conjunto com os seus municípios, revelaram estar atentas à mudança na procura turística que a pandemia gerou, a procura por locais ao ar livre e com poucas pessoas foi, claramente, uma grande mudança provocada pela pandemia. Foi necessário um redireccionamento de produtos, de marketing dos destinos, também estes com um grande peso através dos meios digitais.

Os destinos do interior da Região Centro conheceram níveis de procura muito importantes, devido, como já foi referido, às características desses territórios. As empresas necessitaram de adaptações muito rápidas às restrições impostas desde o início da pandemia, de informação, de apoios económicos e, embora todas estas questões não tenham chegado a todos com a mesma rapidez ou mesmo muitas não tendo conseguido dar resposta às mesmas por falta de meios, sejam económicos, sejam de mão-de-obra, a resposta por parte das empresas foi positiva. Elas aproveitaram o momento de grande procura por parte dos turistas nacionais. A questão que se coloca é que o turista nacional, na sua maioria, não tem o mesmo poder económico que o turista estrangeiro e será necessário perceber que efeitos essa procura teve a nível económico em cada destino.

Outra questão fundamental a reter é o facto de que, dentro das estratégias aplicadas e a aplicar, a sustentabilidade ambiental e territorial do destino é um ponto fundamental nas preocupações do setor. A aposta em produtos dedicados às atividades na natureza, seja ela no mar, nos rios ou nas serras, tem um peso nas decisões tomadas e faz parte integrante das apostas e medidas dos vários agentes do setor.

Ao analisar as entrevistas realizadas junto das duas associações setoriais, podemos verificar algumas diferenças no discurso de cada uma, nomeadamente no que respeita à sua intervenção nas decisões tomadas relacionadas com a pandemia, mas percebe-se também que esta questão já não é de agora. A APECATE revelou um certo pesar na falta de escuta e de pedido de participação nas medidas tomadas de combate à pandemia no que respeita aos setores que representa. Por outro lado, a AHRESP reforça o seu papel preponderante na proposta e aplicação de várias medidas tomadas.

A partir do ponto referido acima, torna-se fulcral entender que, quer ao nível das associações, quer ao nível dos restantes agentes do setor turístico, existe uma premissa que não pode ser posta de lado, que é a necessidade de se pensar o setor em conjunto. Portugal, a nível cultural, tem várias lacunas no que respeita a esta questão, é necessário

entender-se que essa cooperação é fundamental para o sucesso do setor. A criação de produtos turísticos integrados e de estratégias de cooperação entre as várias entidades é uma ideia que terá de ficar na mente do setor e posta em prática. Um destino, só por si, poderá não ter as condições necessárias ao seu desenvolvimento turístico ou de ter todas as potencialidades para o fazer.

A Região Centro de Portugal é, como já foi referido, uma região rica em recursos turísticos e, apesar de vasta, a distância entre os vários territórios é pequena. Neste sentido, sabendo que o mercado interno tem um peso preponderante nos números do setor, é fundamental a criação de produtos integrados que façam com que as pessoas não visitem apenas os locais, mas que lá gastem dinheiro, que permaneçam mais do que um dia no território, que tenham conhecimentos acerca do que é que podem encontrar e fazer nesses mesmos locais, que encontrem uma experiência conjunta e que gere necessidade e vontade de permanecer mais do que um dia ou uma noite no território. Assim, é relevante que as várias sub-regiões deste território trabalhem em conjunto para captar o turista, que criem roteiros comuns e integrados. Por exemplo, se um turista visitar a Figueira da Foz, Aveiro ou Peniche, deverá saber que se for até Viseu ou até à Serra da Estrela durante esse período de viagem, pode conhecer o que fazer, onde ficar, onde comer, que atividades realizar ao longo de toda essa viagem e, assim, usufruir da plenitude da experiência da Região Centro, gastar dinheiro na região e contribuir para o crescimento económico da mesma, levando à necessidade de qualificação da oferta, à criação de empregos e à melhoria da vida económica dos territórios.

Com a pandemia percebeu-se ainda mais que o setor turístico não pode depender da sazonalidade que o caracteriza no nosso país. Percebeu-se que existem potencialidades que podem atrair os turistas nacionais e, posteriormente, internacionais a outros produtos que não o “sol e mar”. Tal como referem Seabra, Cravidão e Gomes (2021b), “chegou a hora de mudar o modelo de oferta turística para finalmente reduzir sazonalidade flutuações e a atratividade de certos territórios tradicionalmente associados ao sol e mar”. Durante a pandemia foi feita uma aposta na promoção dos destinos do interior da região e essa aposta deverá ser mantida para se poder atenuar essa forte sazonalidade, apostando claramente nos meios digitais, aproveitando a gradual reabertura dos mercados e fazer essa divulgação direcionada na feiras e eventos a serem realizados futuramente. Aproveitar o bom momento do mercado interno e extravasá-lo para os mercados internacionais com maior potencialidade de procura pelo destino Centro de Portugal, como

Espanha, Reino Unido ou França, isto é, junto dos mercados externos mais próximos, fomentando a procura turística internacional por estas regiões.

6.2. Limitações do estudo

O facto de a pandemia Covid-19 ainda não ter terminado e o grau de incerteza que ainda existe em torno da mesma fazem com que não seja possível analisar todos os impactes da mesma, sobretudo em termos quantitativos, no território. Este facto leva a que continue a ser necessário estudar esses impactes, perceber de que forma afetaram economicamente o setor turístico e perceber, também, em que medidas as estratégias definidas pelos agentes turísticos tiveram impacte no destino. Poderemos aqui encontrar uma limitação a este estudo. Ter-se conseguido entrevistar todas as entidades a que este estudo foi proposto poderia ter trazido ainda mais contributos para os resultados obtidos e conseguir-se ter uma visão ainda mais pormenorizadas acerca dos impactes da Covid-19 por toda a Região Centro.

6.3. Pistas para trabalhos futuros

Ao longo de mais de um ano e meio muita coisa mudou, mudaram-se hábitos de viagem ao nível da escolha dos destinos, mas estes aconteceram porque as limitações à circulação estavam impostas. Importa perceber se o aumento da procura turística nacional pela Região Centro se vai manter ao longo dos próximos anos, se quem viajou para esta região o voltará a fazer após a reabertura completa dos mercados, e se voltar a procurar o destino em que moldes será (apenas para viagens de um dia, de uma noite, ou se pelo contrário os visitantes olham ou irão olhar para a Região Centro como um destino turístico a visitar em época balnear ou também em outras alturas do ano). Importará perceber de que forma os mercados externos vão responder à reabertura das fronteiras e qual o seu grau de conhecimento ao nível do destino Região Centro, como um todo.

Se os meios digitais foram a aposta a todos os níveis para a promoção do destino, para o desenvolvimento de novos produtos, para qualificar os agentes e empresários da região, importará perceber qual o impacte dos mesmos em termos de fluxos turísticos e de estadia média na região. Estes impactes poderão ser muito positivos ou, por outro lado, a tendência dos mercados poderá reverter-se a uma posição semelhante à de 2019, com forte sazonalidade e procura pelos produtos de “sol e mar”. Importa, de futuro, perceber isto mesmo, perceber qual será o comportamento e a procura do turista na Região Centro e perceber que impactes económicos trarão para as economias locais.

Referências bibliográficas

Agência Lusa . (17 de dezembro de 2020). Covid-19: Empreendimentos turísticos do Centro com quebras superiores a 75% em dezembro. *Diário as Beiras* . Obtido em setembro de 2021, de <https://www.asbeiras.pt/2020/12/covid-19-empreendimentos-turisticos-do-centro-com-quebras-superiores-a-75-em-dezembro/>

AHRESP. (s.d.). Obtido em outubro de 2021, de <https://ahresp.com/a-associacao/quem-somos/ahresp-missao-valores/>

Antunes, C. (25 de novembro de 2020). *Turismo de massas deu lugar a cidades desertas e em crise. O que se prepara para corrigir excessos do passado no pós-covid?* Obtido de Expresso.pt: <https://expresso.pt/sociedade/2020-11-25-Turismo-de-massas-deu-lugar-a-cidades-desertas-e-em-crise.-O-que-se-prepara-para-corriger-excessos-do-passado-no-pos-covid->

APECATE. (2021). Obtido de <https://apecate.pt/missao-e-objetivos/>

APECATE. (outubro de 2021). *Facebook*. Obtido de https://www.facebook.com/apecate/about/?ref=page_internal

APECATE. (s.d.). *LinkedIn*. Obtido em outubro de 2021, de <https://www.linkedin.com/company/apecate---associa-o-portuguesa-de-empresas-de-congressos-anima-o-tur-stica-e-eventos/?originalSubdomain=pt>

Associação Portuguesa das Empresas de Gestão e Administração de Condomínios. (1 de novembro de 2020). Covid-19. Novas Medidas a partir de 4ª feira 4 de novembro. Obtido de <https://www.apegac.com/2020/11/01/covid-19-novas-medidas-a-partir-de-4-a-feira-4-de-novembro/>

Barata, L. (março de 2020). *As Epidemias e as Pandemias na História da Humanidade*. Obtido de News@FMUL: <https://www.medicina.ulisboa.pt/newsfmul-artigo/99/epidemias-e-pandemias-na-historia-da-humanidade>

CCDR Centro . (2019). CCDR Centro assume papel ativo no desenvolvimento dos territórios. *Jornal de Negócios* . Obtido de <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/ccdr-centro/detalhe/ccdr-centro-assume-papel-ativo-no-desenvolvimento-dos-territorios>

CIM Beira Baixa. (2017). *Produtos Turísticos Integrados - “Beira Baixa: 3 Dias. 3 Experiências”*. Obtido de <http://www.cimbb.pt/o-que-fazemos/projetos-em-curso/produtos-turisticos-integrados.aspx>

CIM Beiras e Serra da Estrela. (2018). Serra da Estrela - Um destino em estado puro - 365 dias por ano. Obtido de https://cimbe.pt/wp-content/uploads/2018/10/apresentacao_beiras_sera_estrela.pdf

CIM Da Região de Coimbra. (s.d.). *Região de Coimbra - Turismo*. Obtido em outubro de 2021, de <https://visitregiaodecoimbra.pt/cultura-e-patrimonio/mulheres-e-os-lugares/>

CIM da Região de Coimbra. (s.d.). *Surf No Crowd*. Obtido de <https://surfnocrowd.pt/>

CIM Oeste . (s.d.). *Projetos - Oeste Portugal PT.COM – Promoção Turística e Comunicação - Promoção do Produto Turístico de Base Intermunicipal - Surf, na Região Centro / Sub-Região Oeste (Oeste Portugal Surfing Spot)*. Obtido de <http://www.oestecim.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=54b80bde-85f3-4106-b334-17c23070c6ec&m=b128>

CIM Oeste. (s.d.). *Espaço Empresa da Comunidade Intermunicipal do Oeste*. Obtido de <http://www.oestecim.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=d449259f-f2be-40b4-a1ee-90ea9b0d7780>

CIM Oeste. (s.d.). *Estação Náutica do Oeste* . Obtido de <http://www.oestecim.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=8329c167-29da-4cd0-91f9-6c4463d689cf>

- CIM Oeste. (s.d.). *Projetos - Be, Taste & Feel Sustainable Oeste*. Obtido de <http://www.oestecim.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=ca296a74-b238-4395-a16e-639532a8c830&m=c1095>
- CIM Região de Leiria. (s.d.). Obtido em outubro de 2021, de <https://www.cimregiaodeleiria.pt/>
- CIM Viseu Dão-Lafões. (2021). CIM Viseu Dão Lafões Lança Guia de Oferta Turística suportado na campanha “O verão é aqui!”. Obtido de <https://www.cimvdl.pt/cim-viseu-dao-lafoes-lanca-guia-de-oferta-turistica-suportado-na-campanha-o-verao-e-aqui/>
- Conselho Europeu . (2020). *Cronologia – Ações do Conselho face à COVID-19*. Obtido de <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/coronavirus/timeline/>
- Cravidão, F., & Santos, N. (2013). *Turismo de Cultura: Destinos e Competitividade* . Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Decreto Lei n.º 33/2013. (2016 de maio de 2013). *Diário da República, 1.ª série — N.º 94*. Obtido em outubro de 2021, de <https://dre.pt/application/file/a/261001>
- Escorrega, L. F. (2010). Das Novas Crises: Breves Contributos para a Sua Clarificação Conceptual. *Jornal de Defesa e Relações Internacionais*, p. 1.
- EuroVelo Portugal. (24 de outubro de 2021). *Rede EuroVelo*. Obtido de EuroVelo the European cycle route network: <https://euroveloportugal.com/pt/rede-eurovelo>
- Evans, N., & Elphick, S. (2005). *Models of crisis management: an evaluation of their value for strategic planning in the international travel industry*. John Wiley & Sons, Ltd. Obtido em 23 de outubro de 2021, de <https://doi.org/10.1002/jtr.527>
- Fernandes, G. P. (2021). *Challenges and New Opportunities for Tourism in Inland Territories: Ecocultural Resources and Sustainable Initiatives: Ecocultural Resources and Sustainable Initiatives*. Guarda: IGI Global. Obtido de

https://books.google.pt/books?id=kLo-EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Henrique, E. S. (2020). *Pandemia, epidemia e endemia: significados e diferenças | Colunista*. Obtido de <https://www.sanarmed.com/epidemia-endemia-e-pandemia-seus-significados-e-suas-diferencas-colunistas>

Homem, A. P., & Correia, A. (2018). *Turismo no Centro de Portugal - Potencialidades e Tendências*. Lisboa: Actual . Obtido de https://books.google.pt/books?id=haZqDwAAQBAJ&pg=PT16&dq=entidades+regionais+de+turismo&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiayue3q7TzAhWZS_EDHa5EAVoQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=entidades%20regionais%20de%20turismo&f=false

INE. (2021). Censos 2021. *Relatório Preliminar* . Obtido de https://ine.pt/scripts/db_censos_2021.html

JN/Agências. (27 de fevereiro de 2021). Cronologia dos principais acontecimentos de um ano de covid em Portugal. Obtido de <https://www.jn.pt/nacional/cronologia-dos-principais-acontecimentos-de-um-ano-de-covid-em-portugal-13400044.html>

Jornal de Abrantes . (10 de maio de 2021). Médio Tejo lança aplicação para turistas. Obtido em outubro de 2021, de <https://jornaldeabrantes.sapo.pt/noticias/medio-tejo-lanca-aplicacao-para-turistas>

Lohmann, G. (2004). Globalização e os Impactos dos Ataques Terroristas de 11 de Setembro de 2001: Implicações para o Sistema de Turismo. *Boletim de Estudos em Hotelaria e Turismo*, v. 2, n. 1, pp. 11-20.

Mais Centro. (outubro de 2021). *Dão-Lafões - Roteiro Mais Centro*. Obtido de <http://maiscentro.qren.pt/roteiros/daolafoes/>

Moreira, C. P. (2010). *A Influência do Terrorismo nos Comportamentos de Viagem Internacionais*. Universidade de Aveiro. Obtido em 23 de outubro de 2021, de <https://ria.ua.pt/handle/10773/1798>

News, O. (22 de julho de 2021). Volume de viagens internacionais é 85% menor na comparação com 2019. Obtido em 17 de outubro de 2021, de <https://news.un.org/pt/story/2021/07/1757432>

Notícias de Aveiro. (2021). Barco moliceiro: Candidatura a património da UNESCO entra na segunda fase. *Notícias de Aveiro*. Obtido de <https://www.noticiasdeaveiro.pt/barco-moliceiro-candidatura-a-patrimonio-da-unesco-entra-na-segunda-fase/>

OMT. (s.d.). *Guider la Relance du Tourisme*. Obtido de <https://www.unwto.org/fr/tourisme-covid-19>

Página Oficial do XXII Governo da República Portuguesa. (setembro de 2021). *Estamos On*. Obtido de <https://covid19estamoson.gov.pt/levantamento-de-restricoes-1-de-outubro/>

Porfírio, J. (17 de novembro de 2020). Obtido de Observador: <https://observador.pt/2020/11/17/primeiro-caso-de-covid-19-descoberto-ha-exatamente-um-ano-as-imagens-e-a-cronologia-de-um-ano-de-pandemia/>

Porto Editora – pandemia no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. (2021). Porto: Porto. Obtido de <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/pandemia>

Região de Aveiro. (outubro de 2021). CONGRESSO 2021, Região de Aveiro – Desafios Comuns a Vencer. (C. I. Aveiro, Ed.)

República, Assembleia da. (s.d.). *Estado de emergência | Declarações e Relatórios*. Obtido de <https://www.parlamento.pt/Paginas/estado-emergencia.aspx>

Santos, N., & Cunha, L. (2011). *Trunfos de uma Geografia Activa: desenvolvimento local, ambiente, ordenamento e tecnologia*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Obtido em 26 de setembro de 2021, de <https://books.google.pt/books?id=zLmzCwAAQBAJ&pg=PT244&dq=diversidade+d+e+oferta+turistica+centro+de+portugal&hl=pt->

PT&sa=X&ved=2ahUKEwiEltqEibTzAhXByYUKHcODAI4Q6wF6BAglEAE#v=onepage&q=diversidade%20de%20oferta%20turistica%20centro%20de%20portugal&f=false

Saraiva, F. (2011). A Definição de Crise das Nações Unidas, União Europeia e NATO. (129), p. 13. Obtido de https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/7601/1/NeD129_FranciscaSaraiva.pdf

Saúde, M. d. (2020). *Novo coronavírus SARS-CoV-2 | Covid-19*. Obtido de <http://www.insa.min-saude.pt/category/areas-de-atuacao/doencas-infeciosas/novo-coronavirus-sars-cov-2-covid-19/>

Seabra, C. P., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (1 de janeiro de 2010). A influência da percepção de risco adquirida nos media na importância atribuída à segurança pelos turistas internacionais: o papel mediador do envolvimento de compra. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(13/14), pp. 999-1000.

Seabra, C., Cravidão, F., & Gomes, G. (2021b). Tourism Industry After The Covid-19 Crisis In Portugal - Now What? Em T. D. A. Trono, *Over Tourism and Tourism Over. Recovery from COVID19 - Tourism Crisis in Regions with Over and Under Tourism (in press)*. London: World Scientific Publishe.

Turismo de Portugal. (5 de maio de 2020). *Selo Clean & Safe*. Obtido de <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/reconhecimento-externo/premios-distincoes/Paginas/selo-estabelecimento-clean-safe-turismo-de-portugal.aspx>

Turismo de Portugal. (7 de maio de 2021). Turismo em Portugal - Visão Geral. Obtido em 26 de setembro de 2021, de http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx

Varzim, T. (11 de março de 2020). *OMS declara que Covid-19 é uma pandemia*. Obtido de *Jornal de Negócios*: <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/saude/detalhe/oms-declara-que-covid-19-e-uma-pandemia>

Visit Viseu Dão-Lafões. (outubro de 2021). *CIM Viseu Dão-Lafões*. Obtido de <https://www.visitviseudaolafoes.pt/>

Apêndice – Guião das entrevistas

COMUNIDADES INTERMUNICIPAIS

1. Quais eram as principais estratégias e metas definidas a curto e longo prazo no setor do turismo pela CIM?
2. Como é que a CIM percecionava o impacto das mesmas no pré pandemia?
3. Quais foram/são as principais dificuldades sentidas neste primeiro ano e meio de pandemia?
4. De que forma encaram essas dificuldades?
5. Que oportunidades ao nível do turismo foram sentidas/criadas/desenvolvidas ao longo deste ano e meio?
6. Com estas mudanças, vai ser necessário redefinir/repensar estratégias e metas para o planeamento do turismo a curto/médio e longo prazo. Os projetos que já existiam vão sofrer alterações?
7. Que projetos existiam vão continuar a ser desenvolvidos e de que forma?
8. Quais são as apostas no setor do turismo com vista à retoma do setor tendo em conta a diversidade de oferta dos vários concelhos?
9. A interação com as várias DMO será fulcral para a concretização dos projetos existentes e a serem criados?
10. Que contributos/questões gostaria que este projeto trouxesse?

ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO

1. Quais eram as principais estratégias e metas definidas a curto e longo prazo no setor do turismo pela?
2. Como é que a percecionava o impacto das mesmas no pré pandemia?
3. Quais foram/são as principais dificuldades sentidas neste primeiro ano e meio de pandemia?
4. De que forma encaram essas dificuldades?
5. Que oportunidades ao nível do turismo foram sentidas/criadas/desenvolvidas ao longo deste ano e meio? Que projetos foram desenvolvidos? De que forma?
6. Com estas mudanças, vai ser necessário redefinir/repensar estratégias e metas para o planeamento do turismo a curto/médio e longo prazo. Os projetos que já existiam vão sofrer alterações?
7. Quais são as apostas no setor do turismo com vista à retoma do setor tendo em conta a diversidade de oferta dos vários concelhos?
8. A interação com as várias entidades do setor será fulcral para a concretização dos projetos existentes e a serem criados?
9. Entendem que a vacinação/certificado internacional Covid irá dar alento ao setor?
10. Que contributos/questões gostaria que este projeto trouxesse?

ASSOCIAÇÕES SETORIAIS

1. Como estava a correr o desenvolvimento de novos negócios do setor antes do início da pandemia?
2. Quais as principais questões colocadas pelos associados/empresários aquando do início da pandemia e durante o confinamento
3. Qual a percentagem de empresas na área que fecharam portas, no centro de Portugal, desde o início da pandemia?
4. Desde o início da Pandemia, foram criados novos negócios?

5. Quais as principais necessidades dos empresários neste momento?
6. De que forma a associação vê o alavancamento das empresas da região centro daqui para a frente?
7. Ao longo deste ano e meio de pandemia, realizaram algum estudo acerca do estado do setor? se sim, de que forma ajudam a criar estratégias, quase sempre tomadas de forma rápida e prática ajudam os empresários?
8. Vacinação dá alento ao setor?
9. Turismo na Região Centro, sobretudo no interior, sofreu aumento?
10. COVID-19: APOIOS MUNICIPAIS A EMPRESAS – divulgação e apoio aos empresários torna-se fulcral?
11. Que contributos/questões gostaria que este projeto trouxesse?