

Estarão os hotéis portugueses preparados para receber hóspedes com incapacidade?

Are **Portuguese hotels** prepared to welcome **guests with disabilities**?

SARA PINHO * [saraapinho@ua.pt]

CELESTE EUSÉBIO ** [celeste.eusebio@ua.pt]

Resumo | O turismo é, na atualidade, uma das principais atividades económicas a nível mundial, contribuindo para o desenvolvimento económico, social e cultural das comunidades recetoras e dos seus praticantes. No entanto, existem ainda vários constrangimentos que dificultam o acesso de alguns grupos à prática de atividades turísticas. As pessoas com incapacidade são um dos grupos que enfrenta muitos constrangimentos na aquisição de produtos turísticos. No sentido de perceber se a oferta turística está preparada para receber hóspedes com incapacidade, o presente estudo tem por objetivo verificar se os hotéis portugueses estão preparados para receber hóspedes com incapacidade motora e/ou sensorial. Para alcançar esse objetivo, foi aplicado um inquérito por questionário, em 2015, aos gestores dos hotéis portugueses. Os resultados sugerem que o turismo acessível não é valorizado pelos gestores hoteleiros inquiridos e que nas unidades hoteleiras apenas predominam os parâmetros de acessibilidade definidos pela legislação atual. Existem ainda muitos obstáculos que os hóspedes com incapacidade motora e/ou sensorial têm que enfrentar se desejarem ficar alojados num hotel em Portugal. O artigo termina com algumas recomendações para aumentar a acessibilidade das unidades hoteleiras Portuguesas.

Palavras-chave | Turismo acessível, hotelaria, constrangimentos, hóspedes com incapacidade

Abstract | In nowadays tourism is one of the most important economic activities worldwide, contributing to the economic, social and cultural development of local communities and for the cultural enrichment of the visitors. However, there are still several constraints that impede the access of some groups to the practice of tourism activities. People with disabilities are one of these groups facing many constraints in the acquisition of tourism products. To understand if the tourism supply is prepared to receive guests with disabilities, the present study aims to analyze if the Portuguese hotels are prepared to receive guests with physical and sensorial disabilities. To accomplish this objective, a survey was carried out to Portuguese hotel managers, in 2015. The results obtained reveal that the guests with disabilities are not a relevant market for hotel managers surveyed. Moreover, in the hotels analyzed in

* **Mestre** em Gestão e Planeamento em Turismo, vertente Gestão, pela Universidade de Aveiro

** **Doutoramento** em Turismo, Professor Auxiliar no Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo (DEGEIT) da Universidade de Aveiro e membro integrado na Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP).

this research only the accessibility parameters defined by current legislation are presents. There are still many obstacles that guests with physical and sensorial disabilities have to face if they wish to stay in a Portuguese hotel. The paper ends with some recommendations to increase the accessibility level of the Portuguese hotels.

Keywords | Accessible tourism, accommodation, guest with disabilities, constraints

1. Introdução

O Turismo assume cada vez mais um papel relevante na sociedade atual, contribuindo para aumentar a qualidade de vida (Deville, 2009b) dos cidadãos, sendo considerado um dos mais notáveis fenómenos económicos, sociais e culturais da atualidade (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou, & Miller, 2005). No entanto, as pessoas com incapacidade motora e sensorial continuam a ter o seu acesso ao turismo limitado, devido à presença de vários constrangimentos. Para além disso, a oferta de produtos turísticos acessíveis é um elemento fundamental para o sucesso da indústria turística. A acessibilidade em turismo é uma dimensão económica muito revelante, que, infelizmente ainda não é reconhecida por todos os *stakeholders* desta indústria (Buhalis et al., 2005; Card, Cole, & Humphrey, 2006; Devile, Garcia, Carvalho, & Neves, 2012; Devile, Kastenholz, & Santiago, 2010).

O desenvolvimento de produtos acessíveis permitirá aos destinos e serviços turísticos diferenciarem-se, oferecendo produtos acessíveis a todos os segmentos. O mercado de pessoas com incapacidade permanente ou temporário assume já na atualidade uma grande expressão e devido às alterações demográficas que estão a ocorrer a nível mundial, nomeadamente em termos de aumento da esperança média de vida e envelhecimento da população, o número de pessoas que no futuro sofrerá alguma incapacidade tenderá a aumentar. Em 2011, uma em cada oito pessoas a

nível mundial vivia com alguma incapacidade (Var et al., 2011). Assim, é perceptível que a aposta no turismo acessível é hoje mais do que um produto turístico ou uma causa, uma questão de inteligência dos empresários que fazem parte da indústria (Umbelino, 2010). Apesar de nos últimos anos as campanhas de sensibilização dirigidas aos *stakeholders* da indústria turística sobre a importância deste segmento, as pessoas com incapacidade continuam a ter o acesso à atividade turística muito condicionado (Blichfeldt & Nicolaisen, 2011; Burnett & Baker, 2001; Darcy, 1998; Israeli, 2002; Var et al., 2011). No sentido de aumentar o conhecimento nesta área e de sensibilizar os stakeholders da indústria turística sobre a relevância de oferecer produtos turísticos acessíveis, este artigo analisa o nível de conhecimento dos gestores dos hotéis em Portugal sobre as características do mercado de turistas com incapacidade e se os hotéis que dirigem estão preparados para receber pessoas com incapacidade, nomeadamente hóspedes com incapacidade motora e sensorial.

Este artigo está estruturado, para além desta introdução em quatro secções. Na secção seguinte são apresentadas algumas considerações teóricas sobre a importância de apostar na oferta de produtos acessíveis na hotelaria, os estudos que já têm sido realizados a nível internacional e nacional sobre esta temática e alguns dos requisitos exigidos para que um hotel seja considerado acessível. Na terceira secção é apresentada a metodologia utilizada neste estudo em termos de métodos de re-

colha e de análise de dados. Na quarta secção são apresentados e discutidos os resultados obtidos. Por fim, o artigo termina com um conjunto de recomendações para aumentar a oferta de produtos turísticos acessíveis na hotelaria.

2. Revisão da literatura

A experiência turística foi considerada pela Declaração Universal dos Direitos Humanos como um direito universal, mas infelizmente esta realidade não se verifica (Eichhorn, Miller, Michopoulou, & Buhalis, 2008; Morelli, Nocco, Petrillo, & Stolfi, 2004). Em pleno século XXI, grande parte dos serviços e das infraestruturas turísticas não estão preparados para receber turistas com incapacidade. Esta realidade deve ser corrigida, uma vez que a procura por destinos e serviços turísticos acessíveis continuará a crescer nos próximos tempos, especialmente devido à correlação entre envelhecimento e incapacidade (Buhalis, Eichhorn, Michopoulou, & Miller, 2005; Darcy & Dickson, 2009; Prates & Garcia, 2009). Para este efeito, a indústria turística deve estar preparada para receber este segmento da procura turística num futuro bastante próximo. No entanto, apesar de todos os estudos do potencial económico do turismo acessível (Burnett & Baker, 2001; European Commission, 2014; National Department of Tourism, 2011; Neumann & Reuber, 2004), os *stakeholders* continuam a ignorar/negligenciar as pessoas com incapacidade. Felizmente, ao longo dos últimos anos, tem-se assistido a uma mudança de atitude relativamente ao desenvolvimento adequado de infraestruturas, equipamentos, serviços e produtos turísticos por parte do governo e dos diversos *stakeholders* (Darcy & Pegg, 2011). Esta mudança de atitude também se verifica no mundo académico, onde nos últimos anos se tem assistido a um aumento das investigações relacionadas com o turismo acessível (Darcy, 1998; Devile, 2009; Isra-

eli, 2002; McKercher, Packer, Yau, & Lam, 2003; Ray & Ryder, 2003). No entanto, a investigação nesta área continua a ser muito escassa e a focar-se, principalmente, na compreensão da experiência turística daqueles que procuram o turismo acessível, permanecendo o lado da oferta pouco explorado (Darcy & Pegg, 2011).

Os poucos estudos realizados ao nível da oferta turística, nomeadamente em termos de alojamento turístico (ex: Darcy & Pegg, 2011; Ozturk, Yayli, & Yesiltas, 2008) também são bastante limitados em termos de âmbito de análise. A maioria destes estudos foca-se, essencialmente, na análise do ambiente físico do quarto (Poria, Reichel, & Brandt, 2011) e no recrutamento de profissionais com incapacidade por parte das unidades hoteleiras (Poria et al., 2011). Como tal as restantes áreas/serviços do hotel (como restaurantes e áreas comuns) e a interação com funcionários e com os hóspedes continua por analisar.

O alojamento é um dos serviços fundamentais da indústria turística e é essencial no turismo acessível (Pérez & Velasco, 2003), porque as pessoas com incapacidade não podem viajar sem um local acessível para pernoitar (Small & Darcy, 2011). Além disso, as pessoas com incapacidade estimulam a dinâmica dos meios de alojamento e aumentam a sua taxa de ocupação na época baixa (Darcy, et al., 2010). No entanto, os turistas com incapacidade ainda não são contemplados pela indústria turística (Takeda & Card, 2002), levando a que a falta de alojamento acessível/adaptado continue a ser um constrangimento à prática turística (Burnett & Baker, 2001; Darcy, 2002; Yau et al., 2004). Murray & Murray (1995) estimaram que apenas 15 quartos em Melbourne estavam preparados para receber hóspedes com incapacidade física. De acordo Darcy (1998), em Sidney apenas 0,75% (20.000 quartos) eram acessíveis. Mais recentemente, Freeman & Selmi (2009) concluíram que no Canadá e na França a maioria dos hotéis eram considerados acessíveis, mas que na realidade não estavam preparados para receber clientes

com incapacidade sensorial. Urge assim, adaptar os serviços e os produtos turísticos para que todos os utilizem e usufruam da oferta turística de forma simples, intuitiva e segura (Devile, 2009). A acessibilidade de um estabelecimento é identificada através do Desenho Universal (Sousa, 2010). Os hotéis podem ser acessíveis para todos, se assim o entenderem. No entanto, qualquer melhoria da acessibilidade tornar-se-á útil e será valorizada por alguns hóspedes (Papamichail, 2012). Destaca-se que se um alojamento não for acessível para os utilizadores de cadeira de rodas pode, muito bem ser, acessível para os hóspedes com incapacidade visual e auditiva (Papamichail, 2012). Para um hotel ser acessível devem ser analisados um conjunto de requisitos relacionados com a reserva, o acesso ao estabelecimento, o *check-in*, a movimentação no interior e no exterior do edifício, as unidades de alojamento, o restaurante, os aparelhos sanitários e o *check-out* (Papamichail, 2012; Visit England, 2008). Para fornecer um serviço de qualidade, um agente de reservas deve conhecer as condições da unidade de alojamento em matéria de acessibilidade, capacidade de resposta do hotel às necessidades do hóspede e garantir a total disponibilidade para atender eventuais necessidades dos hóspedes com incapacidade. Quando a reserva é efetuada o profissional deve preparar antecipadamente as condições para o *check-in* e para a estada do cliente, de acordo com as necessidades demonstradas pelo cliente no ato da reserva (Ministério da Economia e do Emprego, 2012; Ministério do Turismo, 2009; Visit England, 2008). No *check-in*, atendendo à informação recolhida no ato da reserva, o profissional deverá procurar conhecer com maior rigor os objetivos e os interesses do hóspede, assim como as suas capacidades, incapacidades e respetivas necessidades, porque o grau de autonomia de cada hóspede determinará o grau de ajuda necessária (Buhalis, et al., 2005; Ministério da Economia e do Emprego, 2012; Ministério do Turismo, 2009).

Antes do *check-in* o hóspede depara-se com algumas dificuldades no acesso à unidade hoteleira,

aqui o profissional deve ter em conta as condições de acesso ao estacionamento, o número de lugares reservados para pessoas com incapacidade, o tamanho dos espaços e a sinalização dos percursos acessíveis de ligação ao hotel, bem como a qualidade do piso (Ministério da Economia e do Emprego, 2012; Ministério do Turismo, 2009; Predif, 2000; Decreto-Lei n.º163/2006 de 8 de agosto). O acesso ao estabelecimento/restaurante poderá estar condicionado pela presença de degraus ou escadarias. Como tal, o acesso por parte de um cliente com incapacidade motora só será possível através da construção de uma rampa de acesso. No restaurante, as medidas de acessibilidade a implementar estão relacionadas com o acesso, com a posição das mesas, com o espaço de manobra disponível e com as atitudes/comportamentos dos funcionários. Para além do ambiente físico, o serviço oferecido pode revelar-se um constrangimento devido à posição das mesas e dos balcões, mas quando as medidas necessárias não são possíveis o profissional de restauração deve auxiliar o cliente.

O número de estudos que analisa o nível de acessibilidade da hotelaria é ainda bastante diminuto. No entanto, uma revisão da literatura permitiu identificar alguns estudos que já têm sido publicados sobre esta temática (Arola, Cooper & Cooper, 2011; Atef, 2011; Bizjak et al., 2011; Darcy & Pegg, 2011; García-Caro, Waal & Buhalis, 2012; Kéroul, 2011; O'Neil & Knight, 2000; Ozturk et al., 2008; Schitko & Simpson, 2012). O' Neill e Knight (2000) analisaram as perceções dos agentes da indústria turística da Austrália Ocidental sobre a acessibilidade dos meios de alojamento e sobre o fornecimento de serviços a pessoas com incapacidade, tendo observado que existe um certo desconhecimento e mesmo desinteresse dos agentes da indústria em relação ao turismo acessível. Por sua vez, Ozturk et al. (2008) realizaram um estudo que tinha como objetivo avaliar se os estabelecimentos hoteleiros e de restauração da Turquia estavam preparados para receber pessoas com incapacidade, tendo observado, através de entrevistas

a agentes de viagens e gestores hoteleiros, que o mercado de turismo acessível era considerado relevante e que os agentes entrevistados defendiam a implementação de medidas para melhorar o nível de acessibilidade da indústria turística. O estudo realizado por Darcy e Pegg (2011) reforça a ideia que o mercado de pessoas com incapacidade ainda não é considerado um mercado relevante para a indústria hoteleira e que existem muitos entraves à existência de unidades de alojamento turístico acessíveis, não só em termos físicos mas também em termos de formação dos profissionais do setor e muitas vezes também devido às atitudes dos hóspedes sem incapacidade, onde muitas vezes não aceitam bem o facto de a unidade hoteleira lhe atribuir um quarto acessível. Estes resultados revelam claramente que o caminho a percorrer pela indústria turística em geral, e no caso concreto desta investigação pela hotelaria, ainda é um percurso muito longo para que o “turismo para todos” possa ser uma realidade.

3. Metodologia

Considerando o objetivo do presente trabalho e a inexistência de informação secundária para a sua concretização, optou-se pela recolha de dados primários através da aplicação de um inquérito por questionário *online* administrado por correio eletrónico aos gestores dos hotéis de Portugal, no ano de 2015. Esta metodologia é a mais apropriada porque a população alvo está geograficamente dispersa, é de grande dimensão e por se direcionar a pessoas muito ocupadas. Aplicou-se um questionário misto, com uma predominância de perguntas fechadas, com uma linguagem simples, direta e objetiva, em questões curtas. Ainda sobre a construção do questionário, salienta-se a utilização de uma ordem sequencial das questões trabalhada por áreas temáticas, incluindo no final as questões mais pessoais, com vista que o seu preenchimento

demora apenas 7 a 10 minutos. Assim o questionário divide-se em sete grandes grupos ordenados alfabeticamente: (A) caracterização da unidade hoteleira (Alexandre, 2012; Ozturk et al., 2008; Soares, 2012), (B) turismo acessível na sua unidade hoteleira (Alexandre, 2012; Buhalis et al., 2005; Montes & Aragall, 2009; National Department of Tourism, 2011; Neumann & Reuber, 2004; Soares, 2012), (C) acessibilidade nas áreas comuns da unidade hoteleira (Atef, 2011; Darcy, 2010; Duarte, 2009; Lee, Agarwal, & Kim, 2012; Ministério do Trabalho e da Solidaridade Social, 2006; Predif, 2000), (D) acessibilidade noutros serviços oferecidos na unidade hoteleira (Burnett & Baker, 2001; Darcy, 2002; Darcy & Buhalis, 2011; Kéroul, 2001; Predif, 2007; Schitko & Simpson, 2012; Yau, Mc-Kercher, & Packer, 2004); (E) formação do pessoal e informação disponibilizada (Eichhorn et al., 2008; European Commission, 2014; García-Caro, Waal, & Buhalis, 2012), e por fim, (G) caracterização do (a) gestor (a) do hotel (García-Caro et al., 2012; Sousa, 2010). Importa ainda referir que o grupo A e G permitem caracterizar as unidades hoteleiras e os gestores (as) hoteleiros (as) enquanto o grupo B pretende avaliar numa escala de *likert* de 1 a 5 a opinião dos gestores hoteleiros sobre a importância do turismo acessível na unidade hoteleira e sobre as características do mercado acessível. O cerne do questionário é composto por três grupos (C-E) onde se avalia se os serviços estão preparados para receber hóspedes com incapacidade. Por fim, o grupo F tem por objetivo avaliar a formação dos funcionários em turismo acessível e a informação disponibilizada pelos agentes hoteleiros.

Antes de o questionário ser aplicado realizou-se um pré-teste, no dia 5 de maio de 2015, com o objetivo de identificar potenciais melhorias a introduzir em termos de conteúdo e estrutura, a seis unidades de alojamento na cidade de Aveiro. Com base nos resultados do pré-teste forma introduzidas pequenas alterações no questionário. Optou-se pelo *LimeSurvey* para implementar o questionário porque garante a identificação dos responden-

tes, através da atribuição de um código e permite, ainda, estruturar questões condicionais e exportar os dados para bases de dados. O estudo decorreu entre sete de maio e um de agosto de 2015, tendo sido enviado o questionário a 1275 gestores de hotéis Portugueses. Depois de várias tentativas, obtiveram-se 221 questionários preenchidos (17,3% da população). Apesar da baixa taxa de resposta, é possível observar que é semelhante à taxa de resposta obtida em outros estudos com características idênticas (Kim, Hyun Park, Jeong-doo Wen, 2015; Koc, Ulukoy, Kilic, Yumusak, & Bahar, 2015; Park, Jeong Kim, & McCleary, 2014; Sousa, 2010). Na análise dos resultados recorreu-se ao programa informático *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* – versão 20.

4. Resultados

4.1. Perfil da amostra

Dos 271 gestores hoteleiros que responderam ao questionário, a maioria pertence a hotéis de 3 e 4 estrelas (62%), seguindo-se de hotéis de duas estrelas (24,9%). A maioria dos gestores é do género feminino (63,1%), com idades compreendidas

entre os 30-49 anos (57,5%) e com formação superior (60,9%). No entanto, são poucos os gestores que referem ter obtido formação em turismo acessível (18,5%). Acresce ainda o facto de que o conteúdo das formações obtidas se centrava, principalmente, no conceito de turismo acessível e no tipo de atenção que deve ser dado ao consumidor com incapacidade. Estes resultados estão em linha com o que foi discutido na revisão da literatura, onde a maioria das licenciaturas em turismo e gestão hoteleira existentes, não só em Portugal como também a nível internacional, não integram conteúdos relacionados com a temática de turismo acessível (Bizjak et al., 2011; García-Caro et al., 2012).

4.2. Importância e perceção dos gestores hoteleiros do mercado de pessoas com incapacidade

Com o objetivo de verificar se os gestores hoteleiros inquiridos neste estudo valorizavam o mercado de hóspedes com incapacidade e se tinham conhecimento das características deste mercado, foram inquiridos sobre o seu nível de concordância (1= discordo completamente até 5 = concordo completamente) em relação a 20 afirmações (ver quadro 1).

Quadro - 1 Percepção dos gestores hoteleiros sobre a importância e características dos turistas com incapacidade

	N	Frequência Relativa					Estatística Descritiva		
		1	2	3	4	5	Moda	Média	Desvio-padrão
Percepção – Impacto do Turismo Acessível na Unidade Hoteleira									
A adoção de medidas de acessibilidade é uma responsabilidade social	212	2,8	3,8	15,6	30,7	47,2	5	4,16	1,007
As alterações físicas necessárias para receber hóspedes com incapacidade têm custos financeiros elevados	212	7,1	12,3	19,3	30,2	31,1	5	3,66	1,234
A adaptação do hotel para este segmento de mercado melhora a sua imagem corporativa	212	3,8	7,1	29,7	39,2	20,3	4	3,65	1,003
A implementação de medidas de acessibilidade aumenta a satisfação de todos os clientes	212	4,2	13,2	27,8	32,5	22,2	4	3,55	1,102
O hóspede com incapacidade revela elevadas taxas de fidelização à sua unidade hoteleira	212	5,7	12,3	33	29,7	19,3	3	3,45	1,107
O investimento no turismo acessível é uma vantagem de marketing relativamente à concorrência	212	7,5	11,8	30,7	37,7	12,3	4	3,35	1,081
A implementação de medidas de acessibilidade melhora as relações com a comunidade local	212	5,7	16	35,8	26,4	16	3	3,31	1,096
Ao melhorar as instalações, o hotel seria procurado pelos turistas com incapacidades motoras	212	12,7	12,3	36,8	20,3	17,9	3	3,18	1,235
No hotel estão a ser implementadas iniciativas para fomentar o turismo acessível	212	14,2	18,9	28,3	21,2	17,5	3	3,09	1,29
Ao investir neste mercado as expectativas de lucro são elevadas	212	15,1	29,7	41	7,5	6,6	3	2,61	1,045
O hotel recebe muitos hóspedes com incapacidade	212	35,8	35,8	16	7,1	5,2	1	2,1	1,125
Percepção – Importância e características do mercado do Turismo Acessível									
Estes turistas viajam acompanhados	212	0,9	5,2	17,9	37,7	38,2	5	4,07	0,923
Estes turistas são leais àqueles que satisfazam as suas necessidades	212	3,8	8	23,6	37,7	26,9	4	3,76	1,055
O mercado do turismo acessível é um mercado financeiramente vantajoso	212	13,2	19,8	40,1	18,4	8,5	3	2,89	1,115
O turista com incapacidade prefere viagens domésticas	212	11,8	21,7	40,1	19,3	7,1	3	2,88	1,075

	N	Frequência Relativa					Estatística Descritiva		
		1	2	3	4	5	Moda	Média	Desvio-padrão
Percepção – Impacto do Turismo Acessível na Unidade Hoteleira									
É um mercado com perspectivas de crescimento notáveis	212	13,2	25,5	37,3	17	7,1	3	2,79	1,095
Estes turistas elegem a época baixa para viajar	212	16,5	20,8	44,8	11,3	6,6	3	2,71	1,079
Há procura por este tipo de turismo	212	15,1	27,8	36,8	14,2	6,1	3	2,68	1,084
A duração da estada do hóspede com incapacidade é superior à dos restantes hóspedes	212	24,1	24,1	41	9	1,9	3	2,41	1,01
O valor da despesa média do hóspede com incapacidade é superior à dos restantes hóspedes	212	34	20	35	7	3	3	2,24	1,089

Fonte: Elaboração Própria

Os resultados do Quadro 1 permitem observar que os gestores hoteleiros inquiridos neste estudo não valorizam muito o mercado de turismo acessível. Apesar de considerarem que a adoção de medidas de acessibilidade é uma responsabilidade social e que a adaptação do hotel para este segmento de mercado melhora a sua imagem corporativa, grande parte não recebe muitos hóspedes com incapacidade e não estão a ser implementadas iniciativas na unidade hoteleira para fomentar o turismo acessível. Estes resultados poderão estar relacionados com a descrença existente de que o investimento neste segmento de mercado terá benefícios económicos relevantes para a unidade hoteleira, pela convicção de que as alterações que é necessário introduzir no hotel para receber hóspedes com incapacidade têm custos financeiros muito elevados e, ainda, pelo desconhecimento das características das pessoas com incapacidade enquanto turistas. Estes resultados reforçam o que foi defendido por Furnion (2001), ao afirmar que persiste uma falta de motivação dos agentes, uma vez que o investimento efetuado em estruturas acessíveis depende muito das expectativas existentes em termos de obtenção de lucro. Acresce também o facto de que estes resultados vêm reforçar os resultados obtidos em estudos científicos publicados (ex: Atef, 2011; Buhalis et al., 2005; Card et al., 2006; Darcy, 2010b; Devile et al., 2012) que demonstram que o turismo acessível ainda é pouco valorizado pelos responsáveis pela oferta de produtos turísticos. A aposta na formação dos gestores hoteleiros e na sua sensibilização sobre as características deste mercado são condições necessárias para que esta realidade se altere.

4.3 Características dos serviços oferecidos pelas unidades hoteleiras em termos de acessibilidade

Com o objetivo de analisar se os hotéis Portugueses estão preparados para receber hóspedes com incapacidade motora e sensorial, os gestores hoteleiros foram inquiridos sobre a presença de um conjunto de características que foram identificadas com base na revisão da literatura sobre esta temática. As áreas dos hotéis que foram analisadas são: (i) as áreas comuns (quadro 2); (ii) os quartos (quadro 3) e os (iii) restaurantes (quadro 4). Foram também objeto de análise a formação do *staff* para trabalhar com hóspedes com incapacidade motora e sensorial e a informação que era disponibilizada pelas unidades hoteleiras relacionadas com este tema (quadro 5).

O nível de acessibilidade das áreas comuns das unidades hoteleiras, que foram objeto de análise neste estudo (quadro 2), é relativamente baixo. As características que estão mais presentes nas unidades hoteleiras são: a existência de elevadores (82%) e a existência de lugares de estacionamento reservados para pessoas com incapacidade motora (67,3%). Por sua vez, as características menos presentes são: sinais auditivos de direção de acesso (2,4%) e a existência de identificação tátil das várias instalações (19,9%). Estes resultados permitem observar que as unidades hoteleiras estão mais preparadas para receber hóspedes com incapacidade motora do que hóspedes com incapacidade sensorial, o que corrobora os resultados do estudo de Freeman & Semi (2009), onde verificaram que muitas vezes as unidades hoteleiras excluem os hóspedes com incapacidade visual e auditiva.

Quadro 2 | Nível de acessibilidade das áreas comuns das unidades hoteleiras

Áreas comuns	N	Sim (N)	Sim (%)
Incapacidade motora			
Lugares de estacionamento reservados para pessoas com incapacidade motora	211	142	67,3
Existência de rampas de acesso em todas as áreas comuns	211	131	62,1
Acessibilidade física às casas de banho públicas	211	153	56,5
Equipamentos de acesso comum (ex.: telefone) posicionadas à altura apropriada para pessoas com incapacidade	211	92	43,6
Acessibilidade física aos equipamentos de lazer	211	65	30,8
Balcão de receção rebaixado	211	60	28,4
Entrada do hotel acessível	211	171	19,0
Incapacidade visual e auditiva			
Sinais visuais de direção de acesso	211	101	52,1
Iluminação apropriada nas áreas comuns aos clientes com diferentes tipos de incapacidade visual	211	42	19,9
Existência de identificação tátil das várias instalações	211	11	5,2
Sinais auditivos de direção de acesso	211	5	2,4
Incapacidade motora e sensorial			
Existência de elevadores	211	173	82,0
Percurso acessível entre o parque de estacionamento e o hotel	211	154	73,0
Acesso aos elevadores em todos os andares	211	154	73,0
Portas de abertura fácil	211	111	52,6
Maçanetas de fácil utilização	211	107	50,7

Fonte: Elaboração Própria

No que diz respeito aos quartos, os resultados obtidos (quadro 3) também demonstram claramente que as unidades hoteleiras não estão preparadas para receber hóspedes com incapacidade visual e auditiva (Freeman & Selmi, 2009). Denote-se que a percentagem da medida de acessibilidade 'facilidade de acesso aos comandos da TV, ao telefone e aos controlos da cama' é inferior a 5% enquanto dos parâmetros referentes à incapacidade motora apenas 3 apresentam uma percentagem inferior a 50%, o que é consistente com a legislação em vigor que, na maior parte dos casos, só contempla as necessidades das pessoas em cadeira de rodas (Darcy & Pegg, 2011). A nível

do número de quartos acessíveis, apenas se obteve 33 respostas, a partir das quais se conclui que os hotéis têm apenas um quarto acessível localizado no primeiro piso e junto ao elevador. Corroborando os resultados do estudo realizado por Prates & Gracia (2009) de que em Portugal existe um número limitado de quartos acessíveis e os resultados do estudo realizado por Darcy & Damwalla (1999) de que os turistas com incapacidade motora se defrontam com dificuldades significativas para encontrar alojamento em unidades hoteleiras que tenham vários quartos adaptados.

Quadro 3 | Nível de acessibilidade nas unidades de alojamento das unidades hoteleiras

Unidades de alojamento	N	Sim (N)	Sim (%)
Incapacidade motora, visual e auditiva			
A disposição da mobília facilita a circulação dentro do quarto	192	170	88,5
Altura da cama adequada para pessoas com incapacidade	192	161	83,9
Existência de chão antiderrapante	191	158	82,7
Acesso Facilitado ao interior do quarto através do uso de cartão	192	119	62,0
Controlo de temperatura do quarto	189	57	30,2
Facilidade de acesso aos comandos da TV, ao telefone e aos controlos da cama	190	8	4,2
Incapacidade auditiva e visual			
Manual detalhado, em <i>Braille</i> , com todos os recursos existentes no quarto	192	180	93,8
Alarme luminoso, com terminais de ativação colocados a uma altura conveniente	191	168	88
Bons níveis de iluminação	191	160	83,8
Descrição em <i>Braille</i> dos recursos presentes na casa de banho	190	152	80
Espaço próprio para a estada do cão	191	137	71,1
Sinal de emergência audível	191	129	67,5
Permissão de cães guia	192	166	61,3
Descrição auditiva dos recursos presentes na casa de banho	191	18	9,4
Manual detalhado, em <i>Braille</i> , com a explicação de como se utiliza o telefone para comunicar internamente ou para o exterior	190	3	1,6
Número do quarto em <i>Braille</i>	190	3	1,6
Manual detalhado, em <i>Braille</i> , de todos os serviços prestados pelo hotel	190	2	1,1
Incapacidade motora			
Colchão firme	192	167	87
Espaço que possibilite a passagem e manobra da cadeira de rodas	191	166	86,9
Existência de cadeira de banho	190	149	78,4
Existência de <i>roll-in shower</i>	190	120	63,2
Mobiliário rebaixado	192	117	60,9
Localização adequada das barras de apoio	190	115	60,5
Acessibilidade às alavancas das torneiras	191	96	50,3
Suporte de toalhas e papel higiénico posicionados a uma altura adequada	189	75	39,7
O varão do roupeiro e os respetivos cabides estão posicionados à altura apropriados para pessoas com incapacidade	190	25	13,2
Acesso facilitado ao lavatório e à bancada para higiene pessoal	190	2	1,1

Fonte: Elaboração Própria

Comprova-se uma falta de cuidado e atenção por parte das unidades hoteleiras com os turistas com incapacidade visual e auditiva (Freeman & Selmi, 2009), porque nenhum restaurante disponi-

biliza um cardápio em *braille* e apenas em 16,5% o cardápio é pequeno e em papel deslizante (quadro 4), em contrapartida 96,7% têm serviço de mesa e em 95,6% a entrada do restaurante é acessível.

Quadro 4 | Nível de acessibilidade no serviço de restauração

Restaurante	N	Sim (N)	Sim (%)
Existência de serviço de mesa	90	87	96,7
Entrada do restaurante acessível	90	86	95,6
As mesas permitem a inclusão de uma cadeira de rodas	84	77	91,7
As mesas têm uma altura superior ou igual a 70 cm	81	74	91,4
Espaço de circulação apropriado para pessoas com incapacidade	87	79	90,8
Existe a possibilidade de considerar as dietas dos clientes no cardápio	78	69	88,5
Sinal de emergência visível	83	68	81,9
Caminho contínuo do estacionamento até ao restaurante	84	64	76,2
Permissão de cães guia	86	65	75,6
O cardápio considera as dietas dos clientes	85	58	68,2
Sinal de emergência audível	84	53	63,1
Cardápio pequeno e em papel deslizante	79	13	16,5
Existência de cardápio em <i>Braille</i>	85	0	0

Fonte: Elaboração Própria

4.6. Formação do *Staff* e informação disponibilizada pelas unidades hoteleiras

Com o intuito de analisar a formação do *staff* e a informação disponibilizada pelas unidades hoteleiras, os gestores hoteleiros foram inquiridos sobre a frequência de 9 afirmações nos seus estabelecimentos (1= Nada frequente até 5= muito frequente). Os resultados do quadro 5 comprovam que o *staff* das unidades hoteleiras inquiridas não está preparado para receber hóspedes com incapacidades, denota-se que não têm conhecimento de língua gestual ou formação/conhecimento necessária para atender às suas necessidades. Estes resultados vão ao encontro dos resultados obtidos por Arola, Cooper, & Cooper (2011) e por Kastenholtz, Eusébio, Figueiredo e Lima (2012), onde os autores comprovaram que o *staff* raramente recebe formação em turismo acessível (quadro 5). A nível da informação as unidades hoteleiras não são inclusivas (Buhalis et al., 2005; Eichhorn et al., 2008; European Commission, 2014; Governo Federal, 2013; Packer, Small, & Darcy, 2008).

Como o quadro 5 demonstra apenas 30% das unidades inquiridas disponibiliza na sua página oficial informação sobre o número de quartos acessíveis e durante o check-in informa o hóspede sobre serviços de restauração, lazer e culturais acessíveis na envolvente da unidade hoteleira, corroborando os resultados da European Commission (2014) de que as cadeias hoteleiras, na Europa, raramente disponibilizam informação sobre acessibilidade nas suas páginas *online*.

Quadro 5 | Formação do Staff e informação disponível Fonte: Elaboração própria

	N	Frequência relativa					Estatística descritiva			
		1	2	3	4	5	Moda	Mediana	Média	Desvio-padrão
Formação do Staff										
As pessoas no quadro de colaboradores do hotel estão formadas para responder às necessidades destes turistas	180	13,3	13,9	29,4	27,2	16,1	3	3	3,19	1,25
A receção do hotel tem conhecimentos da informação que deve ser dada a conhecer a estes turistas durante o <i>check-in</i>	180	15,6	17,2	22,2	25,6	19,4	4	3	3,16	1,346
O <i>staff</i> do <i>front-office</i> tem conhecimentos de língua gestual	180	82,2	11,1	5	1,7	-	1	1	1,26	,629
Informação disponibilizada										
Na receção o turista com incapacidade é informado sobre os serviços de restauração e lazer acessíveis na envolvente da unidade hoteleira	180	17,2	7,8	24,4	17,2	33,3	5	4	3,42	1,453
Durante o <i>check-in</i> é disponibilizado ao turista informação sobre espaços culturais acessíveis na envolvente do hotel	180	16,7	8,9	23,9	20,6	30	5	4	3,38	1,423
O hotel disponibiliza informação sobre o número de quartos acessíveis, na página <i>web</i>	180	25	8,3	17,2	14,4	35	5	3	3,26	1,604
A unidade hoteleira preocupa-se em manter a informação atualizada na sua página <i>web</i> para estes segmentos	180	24,4	21,1	31,7	12,2	10,6	3	3	2,63	1,268
É dada a conhecer a localização e especificidades dos quartos acessíveis aos potenciais clientes na página <i>web</i> do hotel	180	33,3	16,7	21,7	12,2	16,1	1	2,50	2,61	1,459
A informação disponibilizada para estes clientes <i>online</i> é acompanhada de fotografias	180	37,2	16,1	18,3	12,8	15,6	1	2	2,53	1,481

Fonte: Elaboração própria

5. Conclusões e implicações

Em pleno século XXI, grande parte dos serviços e das infraestruturas não estão preparados para receber turistas com incapacidade. Esta realidade deve ser corrigida, uma vez que a procura por destinos e serviços turísticos acessíveis continuará a crescer nos próximos tempos, especialmente devido à correlação entre envelhecimento e incapacidade. Os resultados deste estudo revelaram, como descrito anteriormente, que as unidades hoteleiras não valorizam o turismo acessível e que, por conseguinte, o *staff* não está preparado para dar resposta às necessidades dos clientes com incapacidade. Esta realidade deve ser alterada porque as atitudes do *staff* podem influenciar tanto pela positiva como pela negativa a experiência do turista com incapacidade (García-Caro et al., 2012; Pérez & Velasco, 2003; Sarmiento, 2010; Vladimir, 1998). Neste sentido, defende-se que as entidades competentes e o governo devem implementar iniciativas por forma a impulsionar a acessibilidade nos serviços e produtos turísticos. Entre estas iniciativas devem constar ações de formação em turismo acessível, porque os constrangimentos e as opiniões dos gestores hoteleiros resultam de uma falta de exposição à incapacidade e de informação sobre os turistas com incapacidade (Devile et al., 2012; McKercher et al., 2003; Packer et al., 2008; Atef, 2011; Bizjak et al., 2011; Darcy & Pegg, 2011). Por outras palavras, a formação em turismo acessível e a sua inclusão nos planos curriculares dos cursos de turismo é imprescindível para a sua difusão a nível nacional e na hotelaria.

As unidades hoteleiras que pretendam tornar-se mais acessíveis devem, numa primeira fase, investir na informação disponível por ser considerada a forma mais eficaz de 'abrir' o turismo às pessoas com incapacidade (Cavinato & Cuckovich, 1992, citado por Eichron & Buhalis, 2010). Para tal, deve-se efetuar um levantamento dos parâmetros existentes nos serviços da unidade hoteleira e posteriormente divulgar os resultados na sua página

online ou em outros meios de comunicação. Durante este processo o gestor hoteleiro deve ter em consideração de que se o hotel não for acessível aos utilizadores de cadeiras de rodas pode, muito bem, ser acessível aos hóspedes com incapacidades visuais/auditivas. A informação recolhida deve ser partilhada com todos os funcionários da unidade hoteleira, especialmente aqueles que interagem com os clientes, pois estes devem ser informados e formados sobre comportamentos e atitudes a adotar perante clientes com incapacidade motora, auditiva e visual. Além da formação e da informação disponível é igualmente importante investir no nível de acessibilidade da unidade através da adaptação das infraestruturas físicas e de equipamentos atendendo sempre às necessidades dos hóspedes.

Este estudo resultou em importantes contributos para a investigação relacionada com o turismo acessível e as unidades hoteleiras, sendo uma contribuição relevante para o estudo da temática pela perspetiva da oferta turística. Entre os quais se destacam a promoção do debate sobre o estado do turismo acessível na sociedade, especialmente nas unidades hoteleiras portuguesas e, ainda, pelo desenvolvimento de uma metodologia que permite a recolha de dados essenciais para a classificação de uma unidade hoteleira como acessível. Este estudo também permitiu identificar as opiniões de gestores hoteleiros sobre o mercado do turismo acessível e sobre os turistas com incapacidade. No entanto, o presente estudo comporta algumas limitações relacionadas com as dificuldades inerentes à abordagem metodológica em termos empíricos. Em primeiro lugar, os problemas de acesso à população, por se tratar de pessoas muito ocupadas e com pouco tempo disponível e à inexistência de uma base de dados com todas as unidades hoteleiras em território nacional credível. Em segundo lugar, os diversos tipos de incapacidade dificultaram a recolha de informação, implicando uma maior atenção ao pormenor por parte dos autores, pois cada incapacidade tem necessidades e restrições próprias. Outra limitação prende-se com o período de apli-

cação do questionário, se tivesse sido aplicado na época baixa a taxa de resposta poderia ter sido superior.

Dada à fase embrionária da investigação em turismo acessível são várias as investigações a desenvolver, tanto pelo lado da oferta como pelo lado procura turística. Seria interessante a aplicação de um estudo semelhante ao que aqui se apresenta aos restantes meios de alojamento, por forma a identificar semelhanças, diferenças e até, se possível, o meio de alojamento mais acessível para cada incapacidade a nível nacional. Além dos meios de alojamento turístico, outras componentes da indústria turística, como as atrações, os transportes, a restauração e o património cultural também deveriam ser analisados, uma vez que para um destino ser acessível, todos os equipamentos e atrações turísticas devem ser acessíveis.

Referências

- Alexandre, D. (2012). *O Turismo para Todos na oferta hoteleira de Lisboa: um custo ou um investimento?* Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Arola, E., Cooper, C., & Cooper, R. (2011). Encounters of Disabled Customers on the Tourism Stage. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and Issues* (pp. 139–148). UK: Channel View Publications.
- Atef, T. M. (2011). Assessing the ability of the Egyptian hospitality industry to serve special needs customers. *Managing Leisure, 16*(3), 231–242.
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G. (2005). *Accessibility market and stakeholder analysis*. (U. de Surrey, Ed.). Surrey: Universidade de Surrey.
- Burnett, J. J., & Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research, 40*(1), 4–11.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a Physical Disability*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalised participation: Physical disability, high support needs and tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 9*(1), 61–72.
- Darcy, S. (2010). Accessible Tourism: A question of trust, strategic knowledge management and a commitment to sustainability. Hong Kong, on 2-4 June: Paper given at the 12th International Conference on Mobility and Transport for Elderly and Disabled Persons (TRANSED 2010).
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Introduction: From Disabled Tourists to Accessible Tourism. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible Tourism: Concepts and Issues* (pp. 1–20). UK: Channel View Publications.
- Darcy, S., & Damwalla, P. S. (1999). The Trouble with Travel : People with Disabilities and Tourism. *Social Alternatives, 18*(1), 41-47.
- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism : The Case for Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 16*(1), 32-44.
- Darcy, S., & Pegg, S. (2011). Towards Strategic Intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management, 30*(2), 468–476.
- Devile, E. (2009). O desenvolvimento do Turismo Acessível: dos Argumentos Sociais aos Argumentos de Mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 11*(1), 39–46.
- Duarte, C. (2009). Pousadas da Juventude - acessibilidade incondicionada. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 11*(1), 95–98.
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2008). Enabling access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research, 35*(1), 189–210.
- European Commission. (2014). *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe - Final Report*. Bruxelas.
- Freeman, I., & Selmi, N. (2009). French versus Canadian Tourism: Response to the Disabled. *Journal of Travel Research, 49*(4), 471–485.
- García-Caro, S., Waal, A., & Buhalis, D. (2012). Special Needs Customer Care Training for Tourism. In D. Buhalis, S. Darcy, & I. Ambrose (Eds.), *Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism* (pp. 365–375). UK: Channel View Publications.
- Governo Federal. (2013). *Estudo do Perfil de Turistas - Pessoas com Deficiência*.
- Israeli, A. (2002). A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors for Disabled Tourists. *Journal of Travel Research, 41*(1), 101–104.

- Kastenholtz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., & Lima, J. (2012). Accessibility as competitive advantage of a tourism destination: The case of Lousã. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6, 369–385.
- Kéroul. (2001). *A Growth Market: Behaviours of Tourists with Restricted Physical Abilities in Canada*. Montreal.
- Lee, B. K., Agarwal, S., & Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33(3), 569–579.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, K. M., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465–474.
- Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Decreto-Lei no 163 (2006). Portugal.
- Montes, R., & Aragall, F. (2009). Turismo Acessível ou Turismo para Todos? Sustentabilidade do Negócio. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (11), 141–145.
- Morelli, L., Nocco, M., Petrillo, Al., & Stolfi, S. (2004). *Accessible Destination*.
- National Department of Tourism. (2011). *Accessible tourism: Marketing Study*.
- Neumann, P., & Reuber, P. (2004). *Economic Impulses of Accessible Tourism for All*. Berlin.
- Ozturk, Y., Yayli, A., & Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? *Tourism Management*, 29(2), 382–389.
- Packer, T. L., Small, J., & Darcy, S. (2008). *Tourist Experiences of individuals with vision impairment*. Australia.
- Poria, Y., Reichel, A., & Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 571–591.
- Prates, J., & Garcia, A. (2009). Turismo Acessível em Portugal - O Caso do Turismo para Pessoas com Mobilidade Reduzida. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (11), 171–179.
- Predif. (2000). *Cómo hacer hoteles accesibles para personas con movilidad reducida*. Madrid.
- Predif. (2007). *Cómo hacer Restaurantes Accesibles*. Madrid.
- Ray, N. M., & Ryder, M. E. (2003). "Eilities" tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24(1), 57–72.
- Schitko, D., & Simpson, K. (2012). Hospitality Staff Attitudes to Guests with Impaired Mobility: The Potential of Education as an Agent of Attitudinal Change. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 326–337. <http://doi.org/10.1080/10941665.2011.628326>
- Soares, A. (2012). *Turismo Acessível: O caso da oferta turística na cidade de Aveiro*. Universidade de Aveiro.
- Sousa, N. (2010). *A gestão ambiental nos hotéis portugueses*. Universidade de Aveiro.
- Yau, M. K., McKercher, B., & Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946–960.