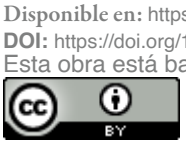
Turismo - Visão e Ação
ISSN: 1415-6393
ISSN: 1983-7151
luiz.flores@univali.br
Universidade do Vale do Itajaí
Brasil

VALORAÇÃO DA ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA E A LEALDADE DO TURISTA COM DEFICIÊNCIA

da Cunha Ferst, Marklea
Gadotti dos Anjos, Sara Joana
Roslindo Kuhn, Vitor

VALORAÇÃO DA ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA E A LEALDADE DO TURISTA COM DEFICIÊNCIA
Turismo - Visão e Ação, vol. 25, núm. 2, pp. 243-262, 2023
Universidade do Vale do Itajaí
Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261074972004
DOI: https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p243-262
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Artigos

VALORAÇÃO DA ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA E A LEALDADE DO TURISTA COM DEFICIÊNCIA

VALUING ACCESSIBILITY IN HOSPITALITY AND THE LOYALTY OF TOURISTS WITH DISABILITIES

VALORAR LA ACCESIBILIDAD EN LA HOSTELERÍA Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS TURISTAS CON DISCAPACIDAD

Marklea da Cunha Ferst 1
Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, Amazonas, Brasil, Brasil
mferst@uea.edu.br
https://orcid.org/0000-0003-4399-8870
Sara Joana Gadotti dos Anjos 2
Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil, Brasil
sara@univali.br
https://orcid.org/0000-0002-6546-4960
Vitor Roslindo Kuhn 2
Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil, Brasil
vitorkuhnchef@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-2006-3784.

DOI: https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p243-262

Recepción: 15 Agosto 2022
Aprobación: 23 Enero 2023

Acceso abierto diamante

Resumo

Os dados oficiais a respeito do desenvolvimento da atividade turística demonstram a sua importância e reflexos na economia e bem-estar social. Entretanto, o que se questiona é se os países estão devidamente preparados para atender com igualdade a todas as demandas turísticas, motivo pelo qual as necessidades de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida são abordadas no estudo. A acessibilidade no meio de hospedagem é um fator essencial, seja buscando compreender formas de eliminar barreiras e/ou como desenvolver um ambiente que propicie a atividade turística. Com isso, a pesquisa objetiva analisar a valoração da acessibilidade na escolha do meio de hospedagem e aspectos que podem influenciar na lealdade do *turista com deficiência ou com mobilidade reduzida* (TwDMr). O estudo é caracterizado como descritivo aplicado, com levantamento bibliográfico e uso de questionário com perguntas abertas e fechadas. Coletou resultados de 995 respondentes, servindo de base para as análises quali-quanti. Os resultados estabelecem que ter acesso a atividades turísticas influencia positivamente na qualidade de vida das pessoas; comprovou-se a importância da acessibilidade na aquisição de um produto ou serviço turístico, salientando a acessibilidade aos meios de hospedagem como elemento mais importante na escolha do destino turístico pelo TwDMr. Conclui-se que atender aos requisitos de acessibilidade no meio de hospedagem tem a capacidade de influenciar na

Notas de autor

1 Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, Amazonas, Brasil

2 Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil

2 Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

escolha do destino turístico, gerando valor ao empreendimento, conduzindo a lealdade, e, como resultado, os TwDMr tendem a ser mais fiéis quando são adequadamente assistidos em suas necessidades.
Palavras-chave: acessibilidade, meios de hospedagem, lealdade, TwDMr.

Abstract

The official data regarding the development of the tourist activity shows its importance and reflexes on the economy and social well-being. However, the question is whether the countries are properly prepared to meet all tourism demands with equality, which is why the needs of people with disabilities or reduced mobility are addressed in this study. Accessibility in accommodation facilities is an essential factor, whether by seeking to understand ways to eliminate barriers and/or how to develop an environment that is conducive to tourism activity. Thus, the research aims to analyze the valuation of accessibility in the choice of the accommodation and aspects that may influence the loyalty of the *tourist with disabilities or with reduced mobility* (TwDMr). The study is characterized as applied descriptive, with a bibliographic survey and the use of a questionnaire with both open and closed questions. It collected results from 995 respondents, serving as a basis for quali-quanti analyses. The results establish that having access to tourist activities positively influences people's quality of life; the importance of accessibility in the purchase of a tourism product or service was proven, highlighting the accessibility of the means of accommodation as the most important element in the TwDMr's choice of tourist destination. It was concluded that meeting the accessibility requirements in the means of accommodation influences the choice of tourist destination, generating value to the enterprise, leading to loyalty, and, as a result, the TwDMr tend to be more loyal when their needs are adequately met.
Keywords: Accessibility, Accommodation, Loyalty, TwDMr.

Resumen

: Los datos oficiales sobre el desarrollo de la actividad turística muestran su importancia y reflejos en la economía y el bienestar social. Sin embargo, la pregunta es si los países están debidamente preparados para atender con igualdad todas las demandas turísticas, por lo que en este estudio se abordan las necesidades de las personas con discapacidad o movilidad reducida. La accesibilidad en las instalaciones de alojamiento es un factor esencial, ya sea buscando comprender formas de eliminar barreras y/o cómo desarrollar un entorno propicio para la actividad turística. Así, la investigación pretende analizar la valoración de la accesibilidad en la elección del alojamiento y los aspectos que pueden influir en la fidelización del turista con discapacidad o con movilidad reducida (TwDMr). El estudio se caracteriza por ser descriptivo aplicado, con levantamiento bibliográfico y el uso de un cuestionario con preguntas tanto abiertas como cerradas. Recopiló resultados de 995 encuestados, sirviendo como base para análisis cuali-cuantitativos. Los resultados establecen que tener acceso a actividades turísticas influye positivamente en la calidad de vida de las personas; Se comprobó la importancia de la accesibilidad en la compra de un producto o servicio turístico, destacando la accesibilidad del medio de alojamiento como el elemento más importante en la elección del destino turístico por parte de la TwDMr. Se concluyó que el cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en los medios de alojamiento influye en la elección del destino turístico, generando valor al emprendimiento, generando fidelización, por lo que las TwDMr tienden a ser más leales cuando sus necesidades son satisfechas adecuadamente.
Palabras clave: Accesibilidad, Alojamiento, Lealtad, TwDMr.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

INTRODUÇÃO

A prestação de um serviço superior ao cliente – normalmente construída por uma diferenciação positiva – culmina em sua lealdade, e a esta diferenciação positiva tem-se denominado criação de valor (Tomczyk *et al*., 2022), utilizada pela indústria como uma das estratégias de competitividade.

De acordo com diversos autores (Moura *et al*., 2022; Rabontu, 2018) o denominado turismo acessível é considerado um potencial e rentável segmento turístico, uma vez que, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (2015), mais de um bilhão de pessoas no mundo tem algum tipo de deficiência.

Aliado ao expressivo número de pessoas com deficiência tem-se ainda o turista com mobilidade reduzida, como os idosos, gestantes e obesos, que tendem a apresentar dificuldades de mobilidade e necessidades semelhantes à da pessoa com deficiência, tendo a literatura apontado que o fato do constante crescimento da população idosa – cuja estimativa é que no ano de 2050 represente 21,1% do total da população mundial contra os atuais 11,7% (Losada Sánchez *et al*., 2018) – potencializa o número de turistas que demandam por produtos e serviços turísticos que atendam às suas necessidades (Ferst *et al*., 2020; Rabontu, 2018).

Ocorre que, mesmo que os estudos indiquem a força do turismo acessível, poucas têm sido as iniciativas do setor turístico para atender às preferências de instalação das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida (Lyu, 2017). Por outro lado, há poucos estudos científicos a respeito das acomodações para pessoas com deficiência (Martin-Fuentes *et al*., 2021).

Assim, considerando a importância do consumidor com deficiência ou com mobilidade reduzida, aliado ao fato de que 49,6% dos turistas hospedam-se em hotéis, *flats, resorts* ou pousadas (Brasil, 2017), entender o comportamento do turista com deficiência ou mobilidade reduzida na tomada de decisão para a escolha da sua hospedagem é de extrema relevância para a indústria hoteleira, na medida em que as escolhas que fazem quanto ao tipo de alojamento refletem, não só nas expectativas dos turistas, como também influenciam o seu comportamento no destino (Pulido-Fernández *et al*., 2023).

A ausência de acessibilidade na rede hoteleira é um dos fatores impeditivos para a prática do turismo por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida e o investimento na eliminação das barreiras pode ser um fator de desenvolvimento da atividade turística e uma vantagem competitiva (Sousa & Mangas, 2020; Wall-Reinius *et al*., 2022), sendo importante destacar o fato de não haver, na literatura turística, um modelo social de pessoa com deficiência (Babaita, 2012), o que dificulta a adoção de ações específicas para este público.

A partir dessas afirmações, surge o seguinte problema de pesquisa: A promoção da acessibilidade na hotelaria gera valor ao empreendimento e conduz à lealdade do turista com deficiência ou com mobilidade reduzida?

Dessa forma, este artigo tem como objetivo analisar a valoração da acessibilidade na escolha do meio de hospedagem e aspectos que podem influenciar na lealdade do turista com deficiência ou com mobilidade reduzida.

Trata-se de uma pesquisa descritiva, explicativa e aplicada, com forma de reflexão dedutiva e de abordagem bibliográfica e de levantamento. Optou-se por um estudo de natureza mista, com análise de dados quantitativos e qualitativos. A análise quantitativa se deu com a aplicação de um questionário *online*nas redes sociais. Já a análise qualitativa se deu por intermédio da análise e interpretação de questões abertas no questionário aplicado, que compreendeu o período de 22/11/2019 a 31/01/2020, tendo 995 respondentes. Destes, 755 pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida.

A partir da análise de dados, foi possível comprovar a importância da acessibilidade na escolha do meio de hospedagem por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida, e a lealdade deste segmento quando são atendidas as suas necessidades.

Como contribuição teórica tem-se a definição do conceito de deficiência no turismo; a análise da importância da acessibilidade para a escolha do meio de hospedagem; a lealdade do segmento de turistas com deficiência ou com mobilidade reduzida e a demonstração de que a promoção da acessibilidade

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

influencia na competitividade do estabelecimento, contribuindo, assim, com a imagem do empreendimento. E, como contribuição prática, servirá de suporte para a tomada de decisão de gestores hoteleiros na promoção da acessibilidade em seus empreendimentos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O contexto da deficiência e da acessibilidade na hotelaria

As diversas abordagens teóricas sobre a deficiência desenvolvidas no século XX levaram ao desenvolvimento de diversos modelos conceituais que, inicialmente, tinham como foco as características do indivíduo e, posteriormente, avançaram para a inclusão do ambiente em seus aspectos físicos e sociais para a definição de deficiência (Degener & Quinn, 2018) e hoje se utiliza a Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde (CIF), ou seja, é o denominado modelo biopsicossocial, que inclui a questão das disfunções na perspectiva da biologia: (i) condições de saúde, tais como doenças, transtornos e lesões; (ii) da pessoa: sexo, idade, educação, cultura, status profissional, experiência, etc.; e (iii) da sociedade: infraestrutura legal e social; clima e arquitetura (Oliveira, 2021).

Na visão contemporânea da deficiência, a mudança deve acontecer na sociedade e não no indivíduo (Friggi Ivanovich & Gesser, 2020), pois nas palavras de Leite *et al.* (2016, p. 44) "É a própria sociedade que tira a capacidade do ser humano com suas barreiras e obstáculos, ou com a ausência de apoios".

Embora cada país tenha uma legislação própria de proteção aos direitos da pessoa com deficiência, a fim de se trabalhar neste artigo com um conceito universal de deficiência, optou-se pela definição trazida pela Convenção Internacional da Organização das Nações Unidas sobre os direitos da pessoa com deficiência, que em seu artigo 1º define a pessoa com deficiência como aquela que tem impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial e que, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas (ONU, 2019).

Da conceituação trazida pela Convenção da ONU sobre a pessoa com deficiência se extrai o conceito biopsicossocial da deficiência, ou seja, é a incapacidade aliada com as diversas barreiras que geram a deficiência. Nesse caso, a indústria hoteleira precisa se adaptar e promover as alterações necessárias para o atendimento das necessidades da pessoa com deficiência proporcionando que ela usufrua – em igualdade de condições com as demais pessoas – dos serviços prestados.

É importante analisar o fato de não haver, na literatura turística, um modelo social de turista com deficiência (Babaita, 2012) sendo imperiosa a necessidade de ir além da definição de deficiência e desenvolver soluções para viabilizar o atendimento das necessidades da pessoa com deficiência pela indústria do turismo e o reconhecimento da importância do *design* sem barreiras ou inclusivo – que é a abordagem apropriada para examinar o turismo acessível e a sinalização turística, pois defende o *design* para todos os usuários e tem sete princípios de design Bouchard-Ribera, na medida em que as barreiras são uma realidade na sociedade contemporânea em todos os ambientes (Wall-Reinius *et al.*, 2022).

A importância dessa adaptação se baseia no comportamento do consumidor, que deve ser analisado pela indústria para que esta permaneça competitiva no mercado com o fornecimento de serviços inovadores e personalizados (Meira *et al.*, 2020; Tweneboah-Koduah *et al.*, 2018)

Com o propósito de desenvolver um conceito de turista com deficiência, levou-se em consideração os conceitos da Convenção Internacional da ONU sobre os direitos da pessoa com deficiência (CRPD) e das legislações de França, Espanha e Estados Unidos. Optou-se por estes países por serem, de acordo com dados da Organização Mundial do Turismo (2019) os três países que mais receberam turista no ano de 2018. O Quadro 1 demonstra cada um dos conceitos, de acordo com as normativas citadas.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Quadro 1
Conceitos de deficiência

Legislação	Conceito de Pessoa com Deficiência
ONU Art. 1º CRPD	Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas.
França Art. L114 Código de Ação Social e Famílias	É uma situação que resulta da interação entre pessoas com deficiências previsíveis permanentes e qualquer tipo de barreiras que limitam ou impedem sua participação plena e efetiva na sociedade, em igualdade de condições com os demais.
Espanha § 4. Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de novembro	É uma situação que resulta da interação entre pessoas com deficiências previsíveis permanentes e qualquer tipo de barreiras que limitam ou impedem sua participação plena e efetiva na sociedade, em igualdade de condições com os demais.
Estados Unidos Sec. 12102 Lei dos Americanos com Deficiência de 1990 (ADA)	O termo "deficiência" significa, com relação a um indivíduo: (A) uma deficiência física ou mental que limita substancialmente uma ou mais atividades importantes da vida desse indivíduo; (B) um registro dessa deterioração; ou (C) sendo considerado como tendo uma deficiência

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Outro importante elemento considerado foi o conceito de turismo aprovado pela UNWTO em 1991 e atualizado em 1999 (Pakman, 2014) que estabelece que *o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.*

Por outro lado, foram considerados também os dispositivos previstos no Código de Ética Mundial do Turismo, no que se refere à atividade turística como elemento de desenvolvimento individual e coletivo. Assim, propõe-se o seguinte conceito de turista com deficiência (TwD): considera-se turista com deficiência toda pessoa que, tendo algum impedimento de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, que, em interação com diversas barreiras, possam obstruir sua participação plena e efetiva na atividade turística em igualdades de condições com as demais pessoas, se desloque do seu lugar habitual de residência por um período inferior a um ano e realize atividades relacionadas ao turismo, como: lazer, repouso, desporto, de acesso à cultura e à natureza, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.

Identificado o turista com deficiência, entende-se que o seu conceito se estende ao turista com mobilidade reduzida no que couber.

Certo que para que o turista com deficiência ou mobilidade reduzida possa usufruir da atividade turística em igualdade de condições com os demais turistas é imprescindível a eliminação das barreiras que obstruem a sua participação autônoma, plena e efetiva. Nesse sentido, a CRPD prevê, em seu artigo 3º, a necessidade de se realizar a adaptação razoável, que são as modificações e os ajustes necessários e adequados que visam a assegurar que as pessoas com deficiência possam gozar ou exercer, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, todos os direitos humanos e liberdades fundamentais, o que deve ser feito com a adoção de um desenho universal (ONU, 2019).

Destaca-se, por fim, a necessidade de medidas efetivas que assegurem às pessoas com deficiência sua mobilidade pessoal com a máxima independência possível, conforme previsto no art. 20 da CRPD (ONU, 2019).

Criação de valor e lealdade do hóspede turista com deficiência

O comportamento do consumidor é entendido como um processo que envolve uma transação na qual duas ou mais partes fornecem e recebem algo de valor (Solomon, 2016). Destacam Dixit *et al.* (2019, p. 152) que cinco etapas envolvem o processo tradicional de tomada de decisão dos consumidores: "i) reconhecimento de problemas; ii) busca de informações; iii) julgamento; iv) processo de tomada de decisão; e v) pós-decisão".

Pondere-se que várias pessoas podem estar envolvidas nos estágios de tomada de decisão, seja porque nem sempre quem adquire o serviço ou o produto é aquele que vai utilizá-lo; seja em virtude da influência que a opinião de outras pessoas possam inferir sobre a decisão do consumidor, ou ainda quando o consumidor é um grupo ou uma organização, como ocorre na família, em que todos os membros podem opinar na aquisição de produtos e serviços que serão utilizados por todos (Solomon, 2016).

De toda forma, é na etapa de pós-decisão que o consumidor irá avaliar o produto ou serviço, o que implica em sua satisfação e lealdade (Dixit *et al.*, 2019) e promover a satisfação do hóspede é um dos elementos essenciais para a busca da lealdade, como se passa a analisar.

A criação de valor pode se dar baseada em diferentes vertentes, que incluem preço, estratégia, posição, relacionamentos, experiência, benefícios e foco no cliente (Dowell *et al.*, 2019).

Os clientes constroem valor para si em suas práticas diárias quando utilizam os recursos providos pela empresa agregados a outros recursos e aplicam as habilidades por eles mantidas. Já quando a empresa desenvolve contatos interativos com os seus clientes, durante a prestação de serviços, possibilita a oportunidade para cocriar valor com e para eles. Esta é a essência da lógica de serviço para o cliente e o provedor, de acordo com Grönroos (2008). No primeiro caso, tem-se a lógica de atendimento ao cliente, e no segundo, a lógica de serviço do provedor.

A cocriação se dá quando se tem a participação ativa do consumidor final no processo de inovação dos produtos e serviços (Tomassini, 2019; Voorberg *et al.*, 2014), destacando Tomassini (2019) que a cocriação surge da capacidade dos prestadores de serviços em conjunto com os consumidores em entender, de forma robusta e inclusiva, as lacunas do mercado e as reais necessidades dos interessados.

Na lógica de serviço do provedor, a empresa ajusta as suas estratégias de negócio e de *marketing* para criar valor, de acordo com o consumo dos clientes (Grönroos, 2008), proporcionando uma melhor qualidade na prestação dos serviços, o que contribui para se garantir a lealdade do cliente (Tanford, 2016).

A busca pela lealdade do cliente é uma variável constante na lógica do mercado. Tanford (2016), ao fazer um estudo sobre a lealdade em hospitalidade utilizando a metanálise, quantificou as relações entre os antecedentes e resultados indiretos e diretos da lealdade. O autor demonstra que antecedentes diretos, como confiança, comprometimento emocional, satisfação e qualidade do serviço demonstram robustas relações com a lealdade (2016, p. 133).

A crescente concorrência dos destinos turísticos e o perfil cada vez mais exigente do consumidor requer não apenas qualidade na prestação dos serviços, mas que os destinos sejam sustentáveis e socialmente responsáveis, destacando Martin-Fuentes *et al.* que o desenvolvimento de um turismo acessível pode contribuir para uma maior competitividade, posto que se trata de um mercado normalmente mal atendido e de público geralmente mais fiel (Martin-Fuentes *et al.*, 2021).

Outro aspecto importante é a tendência contemporânea de uma cultura de responsabilidade social, sendo assim, a promoção da acessibilidade nos produtos e serviços turísticos "reforçaria uma visão compartilhada, humana e envolvente do destino entre as partes interessadas" (Figueiredo *et al.*, 2012, p. 369), ou seja, não apenas dos TWD, mas também de turistas sem qualquer deficiência ou dificuldade de mobilidade, porém que tendem a valorizar os serviços, produtos e empresas socialmente responsáveis.

Ademais, ao se adotar práticas inovadoras para o atendimento das necessidades do TWD tem-se o atendimento de uma forte demanda social, pois há um ganho para toda a sociedade, tanto para pessoas com dificuldades de mobilidade como idosos, gestantes e obesos, quanto para pessoas sem deficiência ou dificuldade de mobilidade (Ferst *et al.*, 2020).

A hospedagem tem se mostrado um atributo de grande importância para a pessoa com deficiência, destacando Lyu (2017) que a pessoa com deficiência se dispõe a pagar U$ 112,4 a mais por acomodações com alto nível de acessibilidade. Para a OMS, o acesso a instalações, produtos e serviços turísticos deve ser

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

uma parte central de qualquer política de turismo sustentável e responsável, como destaca Martin-Fuentes *et al.*, dados que indicam que 70% dos europeus com necessidades de acessibilidade além de deter capacidade física e econômica para viajar, normalmente, viajam acompanhados, sendo a média de 1,5 acompanhantes por potencial viajante (Martin-Fuentes *et al.*, 2021).

Por esse motivo, justifica-se a importância de promover serviços de hotelaria acessíveis, já que a expansão da indústria turística é acompanhada pela indústria hoteleira, sendo imperioso que o hotel faça um diagnóstico de sua produtividade atual e desenvolva estratégias operacionais a partir de uma análise de eficiência que proporcione o seu crescimento sustentável, devendo, nessa análise, considerar a satisfação dos clientes, na medida em que representa um valioso recurso na implementação de vendas e na fidelidade (Kim & Chung, 2020; So *et al.*, 2020).

Na busca pela fidelização e eficiência, a criação de valor tem se demonstrado importante para a indústria hoteleira "porque a sobrevivência e o crescimento dos hotéis dependem em grande parte da criação e oferta de experiências únicas, memoráveis e personalizadas para seus clientes" (Roy *et al.*, 2019, p. 353). Pesquisas apontam que 73% das empresas com experiência do cliente acima da média têm melhor desempenho financeiro do que seus concorrentes; as empresas centradas no cliente são 60% mais lucrativas do que as empresas que não focam nos clientes; e aquelas que oferecem experiências superiores ao cliente geram 5,7 vezes mais receita do que outras (Morgan, 2019).

Por outro lado, a satisfação do hóspede impacta em sua fidelização com a marca do hotel levando-o a escolher a mesma marca para uma outra viagem, tendo os diversos serviços ofertados pelo hotel uma forte influência na satisfação do consumidor (Kim & Chung, 2020), destacando Morgan (2019) que os clientes fiéis têm cinco vezes mais probabilidade de comprar novamente e quatro vezes mais probabilidade de indicar um amigo para a empresa.

A pesquisa realizada por Griessmair *et al.* (2020) demonstra um importante elemento a respeito da lealdade. De acordo com os autores, explorar as emoções experimentadas pelo cliente durante um serviço de hospitalidade tem o potencial de influenciar na lealdade do cliente e gerar recomendações positivas. Nesse caso, considerando todas as vertentes da acessibilidade (física; atitudinal; comunicacional; tecnológica), surgem as três hipóteses de pesquisa:

> H1: Os fatores de influência e impedimento acerca da acessibilidade são diferentes para TwDMr e TnD;
> H2: A satisfação do TwDMr com a acessibilidade do hotel influencia na sua lealdade.
> H3: A informação sobre a acessibilidade de determinado destino ou serviço voltado ao turismo é fator determinante para a escolha destes, por TwDMr.

METODOLOGIA

O estudo desenvolvido no tocante ao objetivo possui caráter: i) descritivo, na medida em que se realiza o estudo da associação entre duas ou mais variáveis: pessoa com deficiência *versus*acessibilidade e hotelaria (Hernández Sampieri *et al.*, 2015); ii) explicativo, pois se explica o porquê da influência da acessibilidade na escolha dos meios de hospedagem por TWD utilizando-se de registros, classificações, análises e interpretação dos fenômenos observados (Prodanov & Freitas, 2013); e iii) aplicado por buscar uma solução do problema apresentando uma resposta sobre o conceito de deficiência no turismo e quanto a acessibilidade influencia na tomada de decisão do hóspede TwD na escolha do meio de hospedagem por intermédio do conhecimento científico, a fim de propiciar uma tomada de decisão gerencial imediata (Cooper & Schindler, 2016).

Relativamente à fonte de investigação, esta pesquisa se caracteriza por um estudo de análise do estado da arte, ou seja, avalia os tipos de estudos que já foram realizados sobre os temas, a forma de coleta de dados, tendências e lacunas (Hernández Sampieri *et al.*, 2015).

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Quanto à forma de reflexão, utilizou-se o método dedutivo. Utilizou-se a abordagem bibliográfica e o levantamento ou *survey*, tendo sido feita uma análise quantitativa com o método de amostragem não probabilística intencional dos dados e realizada uma análise qualitativa das respostas abertas.

Para calcular a amostra quantitativa, utilizou-se a regra comum sugerida por Hair Jr. *et al.*, (2009), em que se deve obter entre 10 e 15 respondentes por pergunta. Considerando que o instrumento de pesquisa possuí 54 variáveis, o mínimo necessário de respondentes com deficiência ou com mobilidade reduzida foi definido como 540 respondentes. Para a aplicação do questionário, a seleção foi feita por conveniência, por intermédio da utilização das redes sociais dos autores e compartilhadas por pessoas da rede de contatos deles. Para se atingir o maior número de respondentes, o questionário foi traduzido para espanhol, inglês, francês e alemão, com a utilização da técnica de tradução reversa sugerida por Malhotra (2012).

Por se tratar de uma pesquisa de natureza mista, desenvolveu-se um questionário para a pesquisa de natureza quantitativa, com algumas questões abertas para se realizar a análise qualitativa e um sistema de categorias, relações e hipóteses para a pesquisa de natureza qualitativa (Hernández Sampieri *et al.*, 2015). O questionário foi elaborado a partir dos estudos prévios já realizados pela literatura (Cole *et al.*, 2019; Dávid & Kiss, 2011; Rabontu, 2018; Zbikowski *et al.*, 2011), contendo perguntas fechadas acerca do: perfil do respondente; fatores de influência de decisão, impedimento de viagem e acessibilidade; além de questões optativas abertas a respeito de influência da acessibilidade na escolha do produto ou serviço turístico (Adam *et al.*, 2017; Cole *et al.*, 2019; Rabontu, 2018; Var *et al.*, 2011; Zbikowski *et al.*, 2011).

Para a análise e consolidação dos dados, foram realizados testes descritivos de frequência e média das perguntas; teste de normalidade e o teste não paramétrico de Mann-Whitney com a utilização dos *softwares* IBM SPSS Statistics versão 25.

O questionário foi aplicado no período de 22/11/2019 a 31/01/2020, tendo, ao total, 995 respondentes. Destes, 755 compostos pelo público-alvo deste trabalho, ou seja, pessoas com deficiência ou pessoas com mobilidade reduzida.

Relativamente ao tipo de impedimento, a pesquisa alcançou 570 pessoas com algum tipo de deficiência (física, mental/intelectual; auditiva ou visual); 185 pessoas com mobilidade reduzida (obeso, gestantes, idosos ou outras dificuldades de mobilidade) e 240 pessoas sem deficiência ou dificuldades de mobilidade. O maior número de respondentes foi composto de pessoas com deficiência física, equivalente a 38,69% (385) do total geral de participantes. A Tabela 1 consolida os referidos dados.

Tabela 1
Perfil do respondente: Tipo de impedimento

	Perfil do respondente	n	%	Subtotal
TwD	Def. física	385	38,69%	570
	Def. mental/ intelectual	111	11,16%	
	Def. auditiva	40	4,02%	
	Def. visual	34	3,42%	
TwMr	Outras dificulda-des mobilidade	64	6,43%	185
	Obeso	48	4,82%	
	Gestante	38	3,82%	
	Idoso	35	3,52%	
TnD	Turista sem deficiência	240	24,12%	240
	Total	995		

* TwD = Turista com deficiência, * TwMr = Turista com mobilidade reduzida, * TnD = Turista sem deficiênciaFonte: dados da pesquisa (2020).

RESULTADOS

Analisou-se o quanto a acessibilidade influencia na escolha do destino de viagem e na visita a um atrativo turístico, bem como se o respondente deixaria de visitar um destino ou um atrativo turístico em virtude da falta de acessibilidade frente a outros elementos de decisão de viagem, como a acessibilidade em hotéis, insegurança no destino e custos de participação. O estudo foi realizado por intermédio de duas vertentes. A primeira diz respeito aos fatores que influenciam na escolha da cidade e do atrativo turístico e a segunda, aos fatores impeditivos na escolha da cidade e do atrativo turístico.

Ao se analisar a resposta dos fatores influenciadores (Tabela 2) com a aplicação do teste não paramétrico de Mann-Whitney, tem-se a verificação da hipótese nula de igualdade na percepção entre o grupo de turistas com deficiência ou mobilidade reduzida (TwDMr) *versus* turistas sem deficiência (TnD). Na primeira variável: "influência da acessibilidade sobre a escolha da cidade", a hipótese nula deve ser rejeitada (*p=0,000*), tendo as percepções dos turistas diferentes, com o TwDMr apresentando uma média 3,75 e desvio padrão 1,40, enquanto o TnD demonstra média 3,03 e desvio padrão 1,40. Na segunda variável, a hipótese nula também foi rejeitada: "influência da acessibilidade sobre a escolha do atrativo turístico" tem-se uma significância *p=0,000*, sendo que o TwDMr apresenta uma média 3,80 e desvio padrão 1,33 enquanto o TnD demonstra média 3,05 e desvio padrão 1,37 (Field, 2009).

Tabela 2
Classificação dos fatores de influência de viagem

	Perfil do respondente				**Resumo de Teste de Hipótese com Método Mann-Whitney**		
Decisão de Viagem	TwDMr		TnD				
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Valor de U	Sig.	Decisão
Influência da Acessibilidade sobre a escolha da Cidade	3,75	1,36	3,03	1,39	61401,50	,000	Rejeitar a igualdade das amostras
Influência da Acessibilidade sobre a escolha de Atrativo Turístico	3,80	1,33	3,05	1,34	59080,00	,000	Rejeitar a igualdade das amostras

*São exibidas significâncias assintóticas. O nível de significância é ,05; *TwDMr = Turista com deficiência oumobilidade reduzida; *TnD = Turista sem deficiência. Fonte: dados da pesquisa (2020).

Percebe-se que em ambas as variáveis de influência da acessibilidade na escolha da cidade e na escolha do atrativo, o fator de importância para o TwDMr é superior ao do TnD. Tal análise reforça a importância da acessibilidade na escolha do destino turístico pelo turista com deficiência ou com mobilidade reduzida.

No que diz respeito aos fatores impeditivos há diferenças estatísticas nos grupos de turistas com ou sem deficiência em todas as seis variáveis apresentadas, todas verificadas com a aplicação do teste não paramétrico de Mann-Whitney, como descrito na Tabela 3.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tabela 3
Classificação dos fatores impeditivos de viagem

Fatores de impeditivos de viagem	Perfil do respondente				Resumo de Teste de Hipótese com Método Mann-Whitney		
	TwDMr		TnD				
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Valor de U	Sig.	Decisão
Ausência de acessibilidade nos meios de hospedagem me impede de visitar uma cidade a turismo	4,17	1,04	3,30	1,26	78435,50	,001	Rejeitar a igualdade das amostras
Insegurança me impede de visitar uma cidade a turismo	4,06	1,04	4,44	0,86	63379,50	,000	Rejeitar a igualdade das amostras
Ausência de acessibilidade nos atrativos turísticos me impede de visitar uma cidade a turismo	4,04	1,13	3,41	1,25	59881,50	,000	Rejeitar a igualdade das amostras
Custos de participação me impedem de visitar uma cidade a turismo	3,89	1,03	4,07	0,95	82365,50	,026	Rejeitar a igualdade das amostras
Deixaria de visitar um atrativo turístico por ausência de acessibilidade	3,88	1,12	3,03	1,17	54592,00	,000	Rejeitar a igualdade das amostras
Deixaria de visitar uma cidade a turismo por ausência de acessibilidade	3,79	1,13	3,03	1,11	57747,00	,000	Rejeitar a igualdade das amostras

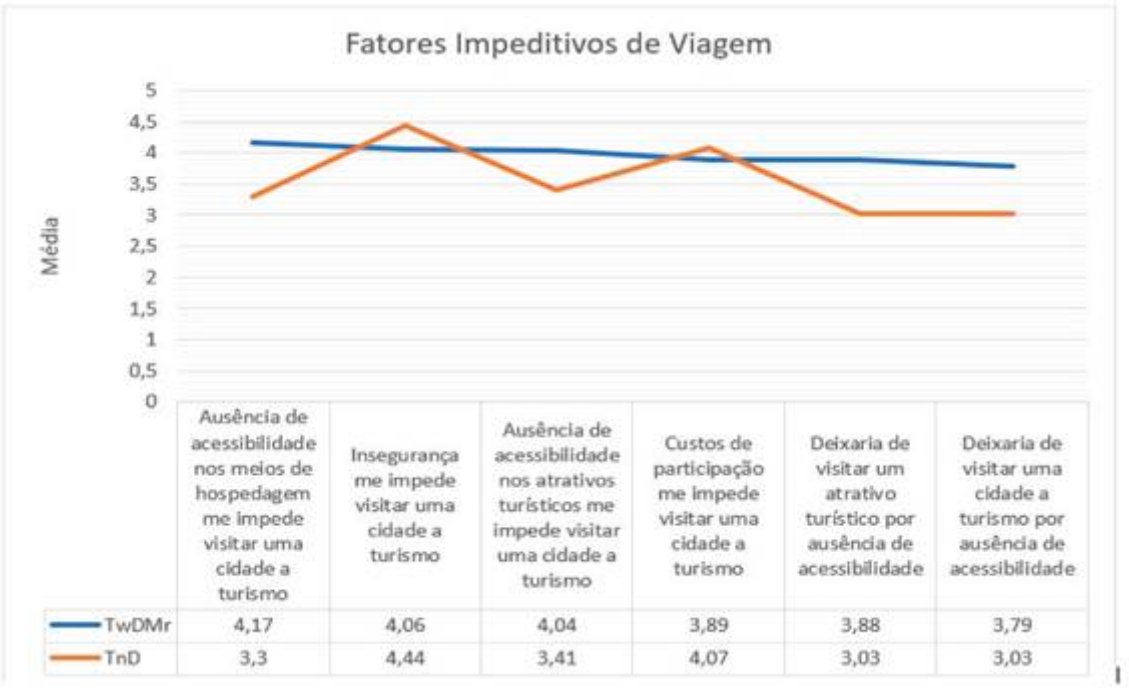
*São exibidas significâncias assintóticas. O nível de significância é ,05; *TwDMr = Turista comdeficiência ou mobilidade reduzida; *TnD = Turista sem deficiência.Fonte: dados da pesquisa (2020).

Para o turista com deficiência ou mobilidade reduzida, a ordem de fatores impeditivos para uma viagem a turismo foi: i) *ausência de acessibilidade nos meios de hospedagens* apresentou significância *p=0,001* (média 4,17 e desvio padrão 1,04) e se demonstrou o fator impeditivo mais relevante para se visitar uma cidade a turismo, seguido da ii) insegurança com significância *p=0,000* (média 4,06 e desvio padrão 1,04); iii) *ausência de acessibilidade nos atrativos turísticos como impeditivo para visitar a cidade a turismo* com significância *p=0,000*(média 4,04 e desvio padrão 1,13); iv) *custos de participação* com significância *p=0,026*(média 3,89 e desvio padrão 1,03)*; v) deixaria de visitar um atrativo turístico por ausência de acessibilidade* com significância *p=0,000*(média 3,88 e desvio padrão 1,12); e vi) *deixaria de visitar uma cidade a turismo por ausência de acessibilidade* com significância *p=0,000*(média 3,79 e desvio padrão 1,13).

Já para o turista sem deficiência, tem-se um outro perfil de fatores impeditivos em uma viagem a turismo aparecendo como fator mais relevante: i) *insegurança* com significância *p=0,000*(média 4,44 e desvio padrão 1,00), seguido de ii) *custos de participação* com significância *p=0,026* (média 4,07 e desvio padrão 1,02); iii) *ausência de acessibilidade nos atrativos turísticos me impede de visitar uma cidade a turismo* com significância *p=0,000* (média 4,41 e desvio padrão 1,13); iv) *ausência de acessibilidade nos meios de hospedagem me impede de visitar uma cidade a turismo* com significância *p=0,001*(média 3,30 e desvio padrão 1,21); v) *deixaria de visitar uma cidade a turismo por ausência de acessibilidade* com significância

p=0,000(média 3,03 e desvio padrão 1,17) e vi) *deixaria de visitar um atrativo turístico por ausência de acessibilidade* com significância *p=0,000*(média 3,03 e desvio padrão 1,18).

Ao se classificar a importância dos fatores impeditivos, conforme demonstrado na Figura 1, percebe-se a heterogeneidade entre o que é mais relevante para o TwDMr e o que é mais relevante para o TnD. Enquanto para o primeiro, a acessibilidade nos meios de hospedagem é o fator impeditivo de maior relevância, para o turista sem deficiência é a insegurança.



	Ausência de acessibilidade nos meios de hospedagem me impede visitar uma cidade a turismo	Insegurança me impede visitar uma cidade a turismo	Ausência de acessibilidade nos atrativos turísticos me impede visitar uma cidade a turismo	Custos de participação me impede visitar uma cidade a turismo	Deixaria de visitar um atrativo turístico por ausência de acessibilidade	Deixaria de visitar uma cidade a turismo por ausência de acessibilidade
TwDMr	4,17	4,06	4,04	3,89	3,88	3,79
TnD	3,3	4,44	3,41	4,07	3,03	3,03

Figura 1
Fatores impeditivos de viagem para TwDMr e TnD
Fonte: dados da pesquisa (2020)

As duas análises apresentadas, verificação da influência e fator de impedimento, sobre as decisões de viagem confirmam a diferença na percepção dos grupos de turistas com e sem deficiência, servindo de argumento para sustentar e confirmar a primeira hipótese (H1): Os fatores de influência e impedimento acerca da acessibilidade são diferentes para TwDMr e TnD.

Relativamente aos custos de participação, importante destacar que para o TwDMr, apesar de ser um fator importante, não se demonstrou na pesquisa ser o mais relevante e, confrontando-se com as respostas abertas, é possível alegar a disponibilidade do turista em se dispor a gastar mais por um serviço acessível. Por oportuno, transcreve-se uma das respostas referentes ao tema:

> Impossível desfrutar de umas férias se estiver constantemente prejudicado por questõesde acessibilidade. Posso estar em "rodas", mas ainda tenho uma renda disponível e umcartão de crédito e fico feliz em gastar para desfrutar de umas férias acessíveis. Eu achoque muitas pessoas subestimam o "dólar da deficiência". Pessoas com deficiência não sãomais felizes ao sentar em casa e assistir à televisão para se divertir (Respondente n. 297 – ID58.165.27.99). Tradução nossa.

Outra questão relevante a serOutra questão relevante a ser abordada e que apareceu especialmente nas perguntas abertas éque o TwDMr valoriza muito a acessibilidade e a informação prévia a respeito desta, mas se esforçaem superar as dificuldades, mesmo que isso prejudique a sua experiência turística, pois, infelizmente,se for considerar a acessibilidade do destino, as opções se tornam escassas. Importante destacara resposta de alguns turistas com deficiência.

> Totalmente, parcialmente ou não acessível, tentarei encontrar uma solução para torná-loacessível quando estiver em viagem. Mas ainda é importante, pois com boa acessibilidadea viagem de férias será boa (Respondente n. 223 – ID 102.119.241.100). Tradução nossa.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

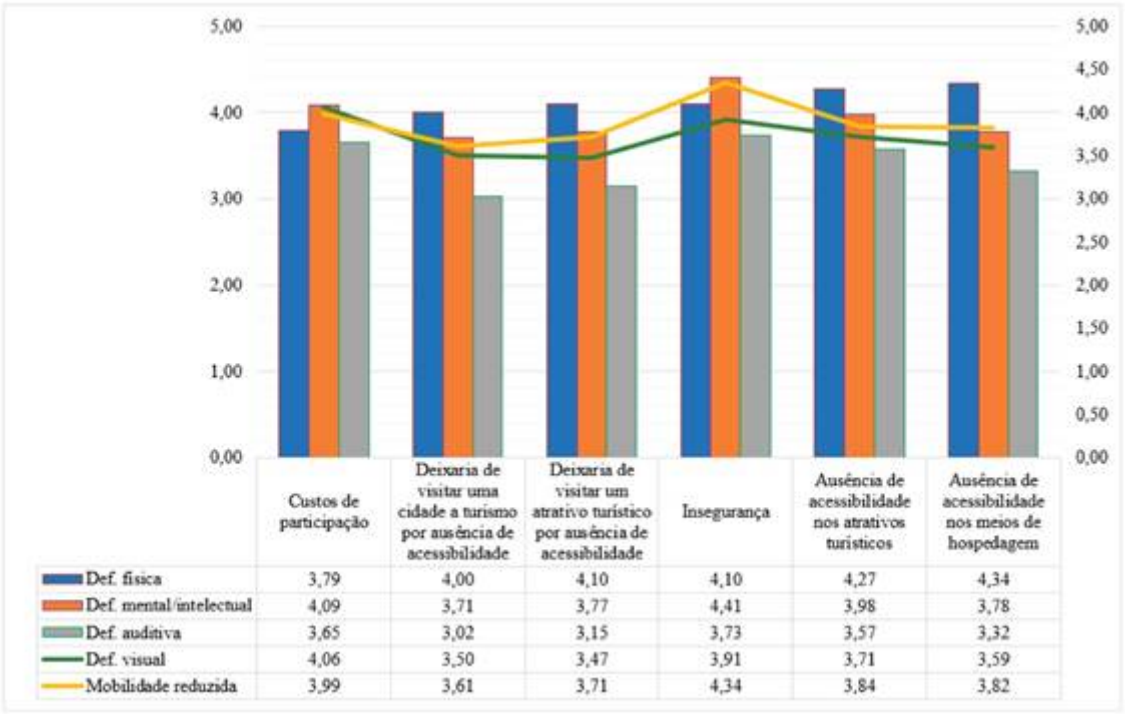
> Não deixo as barreiras de acessibilidade me impedirem. Tento ser independente e encontrarmaneiras de contorná-la com minha cadeira de rodas, porque você precisa viversua vida e a deficiência não deve impedi-lo de ver o mundo (Respondente n. 87 – ID99.247.128.223).

Por outro lado, para alguns turistas com deficiência a ausência de acessibilidade inviabiliza por completouma viagem a turismo, como se depreende das respostas a seguir transcritas:

> Não adianta eu viajar para locais onde não conseguirei realizar passeios, conhecer pontosturísticos ou até mesmo me hospedar por não ter acessibilidade (Respondente n. 287 – ID191.180.247.143).

> Quero ter certeza de que não terei problemas com minhas viagens, pois isso me faria mal(Respondente n. 343 – ID 172.58.227.131). Tradução nossa.

Tais colocações demonstram que mesmo entre os TwDMr pode haver diferenças nas decisões, poiscada um terá necessidades individuais distintas e sabem o quanto estão dispostos a enfrentar determinadasbarreiras. A variação das percepções e necessidades individuais, sobre as decisões deviagem, podem ser complementadas visualizando a Figura 2. O gráfico contém as respostas dadasaos fatores impeditivos de viagem, dividido por perfil de respondente do TwDMr.



	Custos de participação	Deixaria de visitar uma cidade a turismo por ausência de acessibilidade	Deixaria de visitar um atrativo turístico por ausência de acessibilidade	Insegurança	Ausência de acessibilidade nos atrativos turísticos	Ausência de acessibilidade nos meios de hospedagem
Def. física	3,79	4,00	4,10	4,10	4,27	4,34
Def. mental/intelectual	4,09	3,71	3,77	4,41	3,98	3,78
Def. auditiva	3,65	3,02	3,15	3,73	3,57	3,32
Def. visual	4,06	3,50	3,47	3,91	3,71	3,59
Mobilidade reduzida	3,99	3,61	3,71	4,34	3,84	3,82

Figura 2
Fatores impeditivos de viagem do TwDMr detalhado por perfil
Fonte: dados da pesquisa (2020).

De toda sorte, conjugando os resultados quantitativos e a análise qualitativa das respostas abertasdo questionário aplicado, tem-se que a ausência da acessibilidade demonstrou ser um fator impeditivopara a prática do turismo pela pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.

Ao se analisar as respostas abertas, é possível perceber a importância da acessibilidade nos meiosde hospedagens para o turista com deficiência ou com mobilidade reduzida, como se pode verificarnos comentários a seguir destacados:

> Considero a acessibilidade do hotel mais do que a acessibilidade da cidade em geral (Turistacom deficiência física residente na Espanha, Respondente – ID 83.33.210.241).

> Não posso ir a um lugar em que não posso entrar fisicamente. Por exemplo, se o hotelnão tiver um elevador funcionando, não terei onde ficar (Respondente n. 49 – ID172.251.165.196).

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

> Parei de ir e enviar clientes para alguns hotéis por causa de suas atitudes em relação aosproblemas acessíveis de seus clientes (Respondente n. 290 – ID 50.102.77.29).
>
> Hotéis com camas baixas para possibilitar a transferência da cadeira de rodas e assentosaltos no vaso sanitário. Interruptor de luz acessível, prateleiras, balcões. Áreas comunsacessíveis (Respondente n. 431 – ID 173.66.183.76).

Como se pode observar, tanto na análise quantitativa do questionário aplicado, quanto na análisequalitativa das questões abertas os meios de hospedagem têm fundamental importância para apessoa com deficiência, comprovando a afirmação de Darcy e Pegg (2011) de que a pessoa comdeficiência muda o seu destino ou deixa de viajar se não encontrar uma acomodação que atenda àssuas necessidades e confirmando a segunda hipótese de pesquisa (H2): A satisfação do TwDMr coma acessibilidade do hotel influencia na sua lealdade.

Diante do exposto, reforça-se que, no enfoque qualitativo, a principal busca é coletar dados quenão serão reduzidos a números, mas sim transformados em informação, refletindo as percepções,vivências, emoções e interações, sendo posteriormente analisadas e compreendidas comoargumento para responder a perguntas de pesquisa. Dessa forma, mostra-se um dado muito útilpara capturar completamente e entender os motivos subjacentes e razões internas (HernándezSampieri et al., 2015).

As questões abertas não eram de resposta obrigatória e tampouco foi criado algum tipo de filtropara a sua validação, desta forma, houve o equivalente a 595 respostas complementares. Todasforam analisadas em um sistema de categorias, baseado na literatura (Hernández Sampieri etal., 2015) e, para fins deste trabalho, foram categorizadas apenas aquelas que faziam referência ameios de hospedagem. Sendo assim, das 596 respostas abertas analisadas, 27 foram categorizadase 569 foram descartadas.

Seguindo a orientação da literatura (Cooper & Schindler, 2016) foram transcritos os comentáriosdos respondentes, indicando-se a sua identidade (ID), gerada pelo sistema de coleta de dados, conferindo,assim, legitimidade à categorização. Na Figura 3, é possível verificar quais os elementosforam identificados na pesquisa e que são considerados importantes à disponibilização nos meiosde hospedagem pelo turista com deficiência ou com mobilidade reduzida.

Figura 3
Unidades de análise de acessibilidade em meios de hospedagens
Fonte: dados da pesquisa (2020).

Vale considerar as abordagens feitas relativamente à acessibilidade, divulgadas pelos hotéis e aquelapercebida pelo TwDMr. Percebe-se a existência de muitas críticas relativas aos banheiros e camas,em virtude das barreiras existentes para o uso adequado por uma pessoa com deficiência oumobilidade reduzida, como pontuado pelo respondente 476:

> Áreas de banheiros em hotéis. E alguns hotéis australianos e internacionais não entendemcompletamente o significado de "acessibilidade"! Fiquei em alguns que eram totalmenteinaceitáveis e inúteis. Ou seja, chuveiros não acessíveis, degraus, salas muito pequenas,não suficientemente amplas para cadeiras de rodas, armários altos e powerpoints, etc. (Respondente n. 476 – ID 49.197.97.64).

Verifica-se que a acessibilidade do meio de hospedagem – em termos gerais – é considerada essencialpara a realização de uma viagem a turismo pelo TwDMr, tendo sido dado destaque para aacessibilidade física, com a indicação de necessidade de banheiros e quartos acessíveis; elevadores;salas/quartos amplos, bem como a superação de barreiras como escadas e transporte de bagagense sugestões de disponibilização de cadeira de rodas para locação e bancos durante os trajetos paradescanso, confirmando outros estudos sobre o tema (Liu et al., 2023; Martin-Fuentes et al., 2021)

Os respondentes também destacaram a importância da acessibilidade informacional no planejamentoe na escolha da acomodação. Um aspecto importante que apareceu nas respostas abertasfoi a necessidade de informações de localização de hospitais, para o caso de uma emergência, oque valida a terceira hipótese de pesquisa (H3): A informação sobre a acessibilidade de determinadodestino ou serviço voltado ao turismo é fator determinante para a escolha destes, por TwDMr.Por fim, outro fator que merece relevância é a necessidade de promoção de autonomia ao turista/hóspede com deficiência ou mobilidade reduzida para que possa desfrutar de sua viagem sem dependerde terceiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ter acesso a atividades turísticas influencia positivamente na qualidade de vida das pessoas (Moura *et al.*, 2022), sendo, portanto, um direito fundamental de todo ser humano. Com isso, o primeiro elemento importante a destacar nesta pesquisa é a definição do conceito de turista com deficiência, suprindo-se, assim, a lacuna existente relativamente ao turismo acessível. Assim, considera-se turista com deficiência toda pessoa que, tendo algum impedimento de natureza física, mental, intelectual ou sensorial que, em interação com diversas barreiras possa obstruir sua participação plena e efetiva na atividade turística em igualdade de condições com as demais pessoas, se desloque do seu lugar habitual de residência por um período inferior a um ano e realize atividades relacionadas ao turismo, como: lazer, repouso, desporto, de acesso à cultura e à natureza, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.

No tocante aos resultados apresentados, comprovou-se a importância da acessibilidade na aquisição de um produto ou serviço turístico. Considera-se relevante considerar as abordagens feitas relativamente a hotelaria, uma vez que esta apareceu como o elemento mais importante a ser considerado na escolha do TwDMr, a ponto de priorizar a hospedagem face ao destino turístico, ou seja, o TwDMr pode optar por outro destino turístico que tenha um serviço de hospedagem mais acessível, o que confirma outros estudos já realizados (Martin-Fuentes *et al.*, 2021).

O hotel que atenda aos requisitos de acessibilidade tem a capacidade de influenciar na escolha do destino turístico, ou seja, a adaptação dos empreendimentos hoteleiros para atender às necessidades do hóspede com deficiência ou mobilidade reduzida gera valor ao empreendimento, e, como resultado, conduz a lealdade deste público, em virtude da conquista de sua confiança, satisfação e qualidade, como pontua a literatura (Liu *et al.*, 2023; Martin-Fuentes *et al.*, 2021; Tanford, 2016). O fato de o TwDMr estar disposto a investir um valor maior para obter um serviço, hospedagem e produto turístico acessível, mostra-se extremamente relevante e não deve ser descartado.

Assim, considerando que os turistas com deficiência tendem a ser mais fiéis quando são adequadamente assistidos em suas necessidades, o investimento na acessibilidade pela indústria hoteleira é uma necessidade para alcançar a ampliação e sustentabilidade do seu negócio. Além do mais, o turista com deficiência costuma viajar com mais frequência em baixa temporada e, na maioria das vezes, acompanhado, o que gera uma vantagem de mercado.

REFERÊNCIAS

Adam, I., Boakye, K. A., & Kumi-Kyereme, A. (2017). Are we our own enemies? Leisure constraints of physically and visually disabled people in Ghana. *World Leisure Journal, 59*(4), 272-293. https://doi.org/10.1080/16078055.2016.1245213

Babaita, C. M. (2012). Tourism Industry in Romania and the Needs of People With Disabilities. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 21*(1), 481-486.

Brasil, M. do T. (2017). *Estrutura de Pesquisa e Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil-2017*.

Cole, S., Zhang, Y., Wang, W., & Hu, C. (2019). The influence of accessibility and motivation on leisure travel participation of people with disabilities. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 36*(1), 119-130. https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1496218

Cooper, D. R., & Schindler, P. (2016). *Métodos de pesquisa em administração* (10. ed.). AMGH.

Dávid, L., & Kiss, N. (2011). Destination development and management for disabled people. *Journal of Tourism Challenges & Trends, 4*(2), 113-122.

Degener, T., & Quinn, G. (2018). *A survey of international, comparative and regional disability law reform*. Disablility Rights Education & Defense Fund.

Dixit, S. K., Lee, K.-H., & Loo, P. T. (2019). Consumer behavior in hospitality and tourism. *Journal of Global Scholars of Marketing Science, 29*(2), 151-161. https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577159

Dowell, D., Garrod, B., & Turner, J. (2019). Understanding value creation and word-of-mouth behaviour at cultural events. *Service Industries Journal, 39*(7-8), 498-518. https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1568997

Ferst, M. da C., Anjos, S. J. G. dos, Coutinho, H. R. M., & Flores, L. C. da S. (2020). Electronic Word of Mouth (e-WOM) e escolha do destino turístico por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida (PcDMr). *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, 9*(3), 435-461. https://doi.org/10.5585/podium.v9i3.16015

Figueiredo, E., Eusébio, C., & Kastenholz, E. (2012). How Diverse are Tourists with Disabilities? A Pilot Study on Accessible Leisure Tourism Experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research, 14*(6), 531-550. https://doi.org/10.1002/jtr.1913

Friggi Ivanovich, A. C., & Gesser, M. (2020). Disability and ableism: Correction of bodies and production of (a)political persons. *Quadernos de Psicologia, 22*(3). https://doi.org/10.5565/REV/QPSICOLOGIA.1618

Griessmair, M., Han, S. H., & Masuda, H. (2020). Being Moved or Being Satisfied? The Effect of Unexpected Acts of Personal Kindness in Hospitality Service Encounters. *Cornell Hospitality Quarterly*. https://doi.org/10.1177/1938965520940291

Grönroos, C. (2008). Service logic revisited: Who creates value? And who co-creates? *European Business Review, 20*(4), 298-314. https://doi.org/10.1108/09555340810886585

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados [recurso eletrônico] - tradução Adonai Schlup Sant'Anna.* (6ª ed.). Bookman.

Hernández Sampieri, R., Collado, C. F., & Lucio, M. D. P. B. (2015). *Metodologia de pesquisa* (5a ed.). Penso.

Kim, C., & Chung, K. (2020). Measuring Customer Satisfaction and Hotel Efficiency Analysis: An Approach Based on Data Envelopment Analysis. *Cornell Hospitality Quarterly*. https://doi.org/10.1177/1938965520944914

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Leite, F. P. A., Ribeiro, L. L. G., & Costa Filho, W. M. da. (2016). *Comentários ao Estatuto da Pessoa com Deficiência* (Org., F. P. A. LEITE, L. L. G. RIBEIRO, & W. M. da COSTA FILHO (eds.)). Comentários ao Estatuto da Pessoa com Deficiência.

Liu, Y. Y. (Jennifer), Koseoglu, M. A., Wong, A. K. F., & Kim, S. (Sam). (2023). Contributions of people with disabilities to the research on the intellectual structure of the hospitality and tourism literature. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 54*(October 2022), 42-55. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.10.007

Losada Sánchez, N., González, E. A., & Dominguez Vila, T. (2018). Factores explicativos de las barreras percibidas para viajar de los senior. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16*(2), 387-399. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.027

Lyu, S. O. (2017). Which accessible travel products are people with disabilities willing to pay more? A choice experiment. *Tourism Management, 59*, 404-412. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.002

Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing [recurso eletrônico]: Uma orientação aplicada. Tradução Leme Belon ribeiro e Monica Stefani.* (6ª ed.). Bookman.

Martin-Fuentes, E., Mostafa-Shaalan, S., & Mellinas, J. P. (2021). Accessibility in Inclusive Tourism? Hotels Distributed through Online Channels. *Societies, 11*(2), 34. https://doi.org/10.3390/soc11020034

Meira, C. M., Kushano, E. S., Teixeira, C. M. S., & Marchetto, A. C. M. (2020). Acessibilidade em meios de hospedagem: o retrato da rede hoteleira de Barra do Garças-MT. *Revista Hospitalidade, 17*(2), 0-3. https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n2.003

Morgan, B. (2019). *50 Stats That Prove The Value Of Customer Experience*. Forbes; Forbes.

Moura, A., Eusébio, C., & Devile, E. (2022). The 'why' and 'what for' of participation in tourism activities: travel motivations of people with disabilities. *Current Issues in Tourism*, 1-17. https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2044292

Oliveira, T. C. G. de. (2021). A Percepção do usuário na disponibilização de maquetes táteis para pessoas com deficiência visual em atrativos turísticos – Um estudo no Museu Oscar Niemeyer – Curitiba-PR. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica, 23*, 169-190.

ONU. (2019). *CONVENTION ON THE RIGHTS OF PERSONS WITH DISABILITIES - SIGNATURE PARTICIPANT*.

Pakman, E. T. (2014). On the UNWTO definitions of tourism : a contribution to the History of Tourism Thought. *Anais Do XI Seminário 2014 ANPTUR*, 1-21.

Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. de. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2ª ed.). Feevale.

Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I., & Durán-Román, J. L. (2023). Does type of accommodation influence tourist behavior? Hotel accommodation vs. rural accommodation. *Anatolia*, 1-20. https://doi.org/10.1080/13032917.2023.2166089

Rabontu, C. I. (2018). the Accessibility of Persons With Disabilities in Romanian Tourism. *Revista de Turism - Studii Si Cercetari in Turism, 25*, 1-6.

So, K. K. F., Li, X., & Kim, H. (2020). A Decade of Customer Engagement in Hospitality and Tourism: A Systematic Review and Research Agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 44*(2). https://doi.org/10.1177/1096348019895562

Solomon, M. R. (2016). *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo* (11ª ed., Issue 11a). Bookman.

Sousa, J. G., & Mangas, C. (2020). Acessibilidade no turismo e hotelaria: desafios contemporâneos. *Proceedings INNODOCT/20. International Conference on Innovation, Documentation and Education, November*, 1-8. https://doi.org/10.4995/INN2020.2020.11835

Tanford, S. (2016). Antecedents and Outcomes of Hospitality Loyalty: A Meta-Analysis. *Cornell Hospitality Quarterly, 57*(2), 122–137. https://doi.org/10.1177/1938965516640121

Tomassini, L. (2019). The co-creation of diverse values and paradigms in small values-based tourism firms. *Tourism Recreation Research, 44*(3), 359-369. https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1576376

Tomczyk, A. T., Buhalis, D., Fan, D. X. F., & Williams, N. L. (2022). Price-personalization : Customer typology based on hospitality business. *Journal of Business Research Journal, 147*(August 2021), 462-476.

Tweneboah-Koduah, E. Y., Anning-Dorson, T., & Nyamekye, M. B. (2018). Impact of customization and innovation on hospitality firms' performance. *Journal of Hospitality Marketing and Management, 28*(04), 1-15. https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1528917

Var, T., Yesiltas, M., Yayli, A., Öztürk, Y., Yeşiltaş, M., Yayli, A., & Öztürk, Y. (2011). A Study on the Travel Patterns of Physically Disabled People. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 16*(6), 599-618. https://doi.org/10.1080/10941665.2011.610143

Voorberg, W., Bekkers, V. J. J. M., & Tummers, L. (2014). A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production : Embarking on the A systematic review of co-creation and co-production : Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review, 17*(9), 1333-1357. https://doi.org/10.1080 / 14719037.2014.930505

Wall-Reinius, S., Kling, K. G., & Ioannides, D. (2022). Access to Nature for Persons with Disabilities: Perspectives and Practices of Swedish Tourism Providers. *Tourism Planning and Development*. https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2160489

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2015). *WHO global disability action plan 2014-2021: Better health for all people with disability* (World Health Organization).

WORLD TOURISM ORGANIZATION. (2019). *Tourism statistics database, 2019 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). https://doi.org/10.18111/9789284420476

Zbikowski, J., Kuzmicki, M., Dabrowski, D., & Soroka, A. (2011). Vocational activity as a determinat of participation in tourism of disabled people form the area of Eastern Poland. *Acta Scientiarum Polonorum, 10*(2), 121-129.

Notas

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES Marklea da Cunha Ferst: concepção da pesquisa; desenvolvimento do referencial teórico; metodologia; interpretaçãoe redação dos resultados; redação final.
Sara Joana Gadotti dos Anjos: avaliação do referencial teórico; metodologia; e avaliação dos resultados.
Vitor Roslindo Kuhn: análise dos dados e redação dos resultados.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto