

Instituto Politécnico de Viseu

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu



Resumo

A prática crescente do Turismo de Aventura reflete uma alteração do comportamento dos turistas, com motivações assentes na natureza e na prática de atividades mais ativas e desafiantes. Apesar destas atividades poderem envolver alguns riscos e dificuldades, a sua procura tem vindo a aumentar por parte dos indivíduos portadores de deficiência. Neste sentido, a oferta de produtos acessíveis a indivíduos portadores de deficiências tem sido uma preocupação crescente por parte das organizações turísticas, procurando corresponder a uma procura cada vez maior e mais predisposta. Contudo, esta dimensão nem sempre é acolhida e valorizada por todas as organizações, justificando a pouca relevância atribuída, em parte, pela falta de informação, por questões económicas ou por falta de apoios financeiros para a sua implementação.

O principal objetivo deste estudo é analisar se as empresas de Turismo de Aventura da região Centro estão conscientes da existência do potencial mercado com mobilidade reduzida e, conseqüentemente, se os seus serviços e atividades estão devidamente adaptados. Assim sendo, numa análise qualitativa levou-se a cabo entrevistas a três responsáveis de empresas de Turismo de Aventura da região Centro, bem como a um indivíduo portador de deficiência motora, a uma pessoa com deficiência visual e a um grupo de idosos. Estas entrevistas tiveram como finalidade compreender tanto o ponto de vista da oferta como da procura no que diz respeito à temática do Turismo de Aventura Acessível. Posteriormente, numa análise quantitativa, desenvolveu-se um inquérito por questionário que foi enviado *online* a 451 empresas de Turismo de Aventura da região Centro de Portugal.

Conclui-se que, das 73 empresas de Turismo de Aventura que responderam ao inquérito, cerca de metade possuem atividades e/ou serviços adaptados a indivíduos portadores de deficiência. Apesar de se denotar algum interesse por parte das empresas em apostar na acessibilidade das suas atividades e serviços num futuro próximo, muitas delas veem o processo de adaptação como sendo um processo dispendioso e moroso que, de um modo geral, não implica um aumento do número de participantes nas suas atividades e, previsivelmente, não provoca um acréscimo das vendas da empresa e dos seus proveitos.

O presente trabalho permitirá às empresas de Turismo de Aventura possuírem mais conhecimento sobre a acessibilidade e assim se posicionarem no mercado em espaços ainda não preenchidos.

Abstract

The growing practice of Adventure Tourism reflects a change in the behavior of tourists, with motivations based on the nature and practice of more active and challenging activities. Although these activities may involve some risks and difficulties, their demand has been growing amongst the individuals with disabilities. In this sense, the offer of accessible products for individuals with disabilities has been a growing concern between the tourism organizations, seeking to respond to an ever greater and more predisposed demand. However, this dimension is not always welcomed and valued by all organizations, justifying the low relevance attributed in part to lack of information, economic reasons or lack of financial support for its implementation.

The main objective of this study is to analyze if the Adventure Tourism companies of the Central region of Portugal are aware of the existence of the public with reduced mobility and, consequently, if their services and activities are properly adapted. Thus, in a qualitative analysis, interviews were conducted with 3 Adventure Tourism companies from the Central region, as well as with a person with motor disabilities, a visually impaired person and a group of elderly people. This is to understand both the supply and the demand side regarding to the theme of Accessible Adventure Tourism. In a quantitative analysis, a questionnaire survey was developed that was applied online to 451 Adventure Tourism companies in the central region of Portugal.

It is concluded that, of the 73 Adventure Tourism companies that responded to the survey, about half have activities and/or services adapted to individuals with disabilities. Although companies are interested in betting on the accessibility of their activities and services in the near future, many of them see the adaptation process as a costly and time-consuming process, which in general does not imply an increase in the number of participants in its activities, and predictably, does not cause an increase in the company's sales and profits.

This article will allow Adventure Tourism companies to gain knowledge about accessibility and position themselves in the market in spaces not yet filled.

Palavras-chave

Turismo de Aventura

Turismo Acessível

Turismo de Aventura Acessível

Mobilidade reduzida

Região Centro de Portugal

Keywords

Adventure Tourism

Accessible Tourism

Accessible Adventure Tourism

Reduced mobility

Central Region of Portugal

Agradecimentos

Gostaria de começar por agradecer aos meus orientadores, à professora Cristina Barroco e ao professor Joaquim Antunes, que embarcaram comigo nesta pequena aventura, demonstrando sempre o seu apoio e estando sempre disponíveis para me guiarem na direção certa.

De seguida, quero agradecer aos que me são mais próximos, em especial aos meus pais, que foram, e serão sempre, um apoio constante e indispensável na minha vida. Às minhas irmãs que independentemente do meu estado de humor, sempre conseguem arrancar-me uma gargalhada. Ao meu namorado por acreditar sempre nas minhas capacidades e nunca deixar que os momentos menos bons me desviassem do meu objetivo. Aos meus avós, tios, primos e ao meu afilhado Gabriel que, apesar de não estarem por perto, nunca deixaram de me apoiar. E aos meus amigos, Nuno Magalhães e Ana Gomes, que partilharam esta experiência comigo. Por estarem sempre disponíveis para ouvir os meus desabafos e terem sempre uma palavra positiva e de motivação para mim.

Como não poderia deixar de ser, agradeço imenso a quem participou ativamente na elaboração deste estudo: ao Gonçalo Gomes do Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico – Turismo Centro de Portugal, pela cedência da base de dados das empresas e pelo apoio no envio dos inquéritos. Ao professor João Pedro Costa, ao Eduardo Rito, ao Carlos Sequeira, da empresa Cankay Aventura e Lazer, ao Marco Oliveira, do Bio Parque de Carvalhais, ao Jaime Ferreira, responsável da empresa Sportnatura e ao Centro Paroquial da Cunha Baixa, por terem aceite o meu convite para participarem nas entrevistas. A vossa colaboração foi preciosa e fundamental para este estudo.

Aproveito também para agradecer ao Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde (CI&DETS), Unidade de I&D do Instituto Politécnico de Viseu e ao Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico da Turismo Centro de Portugal.

A todos vocês, um muito obrigada!

Índice Geral

ÍNDICE GERAL	XI
ÍNDICE DE IMAGENS	XIII
ÍNDICE DE QUADROS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVII
ABREVIATURAS E SIGLAS	XIX
1. INTRODUÇÃO	1
1.1 APRESENTAÇÃO E RELEVÂNCIA DO TEMA.....	1
1.2 OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO	2
1.3 METODOLOGIA.....	2
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	3
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	5
2.1 CONCEITO DE TURISMO ALTERNATIVO	5
2.1.1 <i>Conceito de Turismo de Aventura</i>	7
2.1.2 <i>Conceito de Turismo Acessível</i>	11
2.1.2.1 Conceito de mobilidade reduzida e tipos de deficiência	15
2.1.2.1.1 Deficiência Motora	16
2.1.2.1.2 Deficiência Visual.....	18
2.1.2.1.3 Deficiência Auditiva	18
2.1.2.1.4 Deficiência Mental.....	19
2.1.2.2 Turismo Sénior	20
2.2 TURISMO DE AVENTURA ACESSÍVEL	21
3. CASOS DE BOAS PRÁTICAS DE TURISMO ACESSÍVEL	25
3.1 ACCESSIBLE PORTUGAL	25
3.2 LOUSÃ, DESTINO DE TURISMO ACESSÍVEL	26
3.3 PRAIA ACESSÍVEL PARA TODOS	28
4. CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO CENTRO ENQUANTO DESTINO DE TURISMO DE AVENTURA	31
4.1 ENQUADRAMENTO GEOGRÁFICO.....	31
4.2 IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA NA REGIÃO CENTRO.....	34
5. METODOLOGIA.....	39
5.1 RECOLHA DE INFORMAÇÃO	39
5.1.1 <i>Método Qualitativo: Entrevistas exploratórias</i>	39

5.1.2	<i>Método Quantitativo: Desenvolvimento do Questionário</i>	41
5.1.3	<i>Definição da Amostra e recolha dos dados</i>	44
6.	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	45
6.1	ANÁLISE DAS ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS	45
6.1.1	<i>Entrevistas exploratórias a empresas de Turismo de Aventura</i>	45
6.1.2	<i>Entrevistas exploratórias a pessoas com mobilidade reduzida</i>	49
6.2	ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS INQUÉRITOS.....	57
6.2.1	<i>Análise das empresas</i>	57
6.2.2	<i>Oferta de Atividades de Aventura</i>	59
6.2.3	<i>Acessibilidade nas Empresas</i>	60
7.	CONCLUSÕES	69
7.1	PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA INVESTIGAÇÃO.....	69
7.2	PRINCIPAIS CONTRIBUTOS DA INVESTIGAÇÃO	71
7.3	LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO	72
7.4	RECOMENDAÇÕES PARA FUTUROS ESTUDOS	73
	BIBLIOGRAFIA	75
	ANEXOS	81
	ANEXO 1 - PEDIDO DE ENTREVISTA	82
	ANEXO 2 - BREVE APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS	83
	<i>Cankay Aventura</i>	83
	<i>Sportnatura</i>	84
	<i>Bioparque de Carvalhais</i>	84
	ANEXO 3 - GUIÃO DE ENTREVISTAS ÀS EMPRESAS	85
	ANEXO 4 - GUIÃO DE ENTREVISTAS ÀS PESSOAS	86
	ANEXO 5- QUESTIONÁRIO	87
	ANEXO 6 - E-MAIL ENVIADO ÀS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA DA REGIÃO CENTRO	93
	ANEXO 7 - E-MAIL TURISMO DO CENTRO	94

Índice de Imagens

Imagem 1 - Página web da Accessible Portugal	26
Imagem 2 - Logotipo do projeto "Lousã, Destino Acessível"	28
Imagem 3 - Mapa de Portugal	31
Imagem 4 - Mapa das regiões turísticas na Região Centro de Portugal	32

Índice de Quadros

Quadro 1 - Quantificação das empresas de Turismo de Aventura por região e concelho.....	34
Quadro 2 - Identificação das questões das entrevistas às empresas	40
Quadro 3 - Identificação das questões das entrevistas às pessoas.....	40
Quadro 4 - Identificação das questões do inquérito	41
Quadro 5 - Classificação da empresa quanto à sua dimensão	57
Quadro 6- Tempo de atuação no mercado.....	58
Quadro 7 - Número de colaboradores ao serviço	59
Quadro 8- Relação entre Dimensão da empresa e capacidade de adaptação das atividades	67

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Classificação da empresa quanto à sua forma jurídica	58
Gráfico 2 - Atividades de aventura oferecidas	60
Gráfico 3 - A empresa possui atividades/serviços acessíveis a pessoas portadoras de deficiência	60
Gráfico 4 - Atividades de aventura acessíveis oferecidas	61
Gráfico 5 - Medidas para adaptar as infraestruturas.....	62
Gráfico 6 - Razões para a adaptação das atividades e serviços ao turismo acessível.....	62
Gráfico 7 - Grau de importância do turismo acessível para as empresas.....	63
Gráfico 8 - Impactos na empresa após a adaptação das atividades de turismo acessível.....	63
Gráfico 9 - Métodos de divulgação das atividades/serviços adaptados	64
Gráfico 10 - Motivo para a não adaptação das atividades/serviços acessíveis.....	65
Gráfico 11 - Medidas que poderão incentivar a empresa a implementar/melhorar a acessibilidade	66
Gráfico 12 - Interesse em adaptar/melhorar os serviços/atividades acessíveis	66

Abreviaturas e Siglas

ACAPO - Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal

APPACDM - Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental

APPC - Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral

ARCIL - Associação para a Recuperação de Cidadãos Inadaptados da Lousã

ASSOL - Associação de Solidariedade Social de Lafões

BTT - Bicicleta de Todo o Terreno

CERCIPENICHE - Cooperativa de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados

ENAT - European Network for Accessible Tourism

FENACERCI - Federação Nacional de Cooperativas de Solidariedade Social

INR - Instituto Nacional para a Reabilitação

IPSS - Instituições Particulares de Solidariedade Social

NUTS - Nomenclaturas de unidades territoriais para fins estatísticos

OMT - Organização Mundial de Turismo

ONU - Organização das Nações Unidas

PREDIF - Plataforma Representativa Estatal de Pessoas com Deficiência Física

1. Introdução

Neste capítulo será apresentado o tema em questão e a sua relevância, os objetivos da investigação, a metodologia aplicada, bem como a estrutura da presente investigação.

1.1 Apresentação e relevância do tema

Nas últimas décadas, o Turismo tem-se tornado num dos sectores mais importantes da atividade económica (Peixoto & Neumann, 2009). A constante consideração pela melhoria na qualidade de vida e pela igualdade de oportunidades dos indivíduos portadores de deficiência, tem levado à consciencialização e aposta na participação deste público-alvo nas atividades turísticas e de lazer (Devile, 2009). Um fator diferenciador de sucesso fundamental na vantagem competitiva dos serviços turísticos é a qualidade, pressupondo total acessibilidade (Peixoto & Neumann, 2009). Porém, e mesmo existindo cada vez mais consciencialização para a existência deste público, os indivíduos portadores de deficiência ainda se deparam com inúmeros obstáculos no que diz respeito à prática de atividades turísticas e na utilização das infraestruturas (Devile, 2009).

O Turismo tem vindo a ser considerado como um bem social de primeira necessidade, e com isto tem-se notado uma necessidade em adaptar os serviços e atividades turísticas, de modo a se encontrarem ao alcance de todos (Devile, 2009). O Turismo Alternativo é um tipo de Turismo em constante evolução, com o aparecimento de novas formas de praticar Turismo. A estes novos conceitos dá-se o nome de Turismo Alternativo, uma forma mais consciente de praticar o Turismo, tendo sempre em conta a defesa ambiental, o património cultural e as necessidades das populações locais (Cunha, 1997).

Subjacentes a este conceito estão, entre outros, o Turismo de Aventura e o Turismo Acessível. Ao longo dos anos, o conceito de acessibilidade no Turismo tem tido cada vez mais importância e o mesmo deve ser abordado como uma necessidade de tornar os serviços turísticos mais acessíveis e focados nas necessidades específicas dos indivíduos (Devile, 2009), tanto para os destinos como para as empresas de um modo geral.

O tempo de lazer e a realização de atividades nos tempos livres, tem tido cada vez mais importância numa sociedade que aposta cada vez mais numa vida ativa. Hoje em dia

existem cada vez mais indivíduos com mobilidade reduzida, quer por condição de uma doença que reduz a sua capacidade motora, quer por idade, que devem ter à sua disposição atividades e serviços preparados para os receber, permitindo que sejam turistas independentes. Deste modo, o tema Turismo de Aventura Acessível é um tema importante e relevante para esta investigação.

1.2 Objetivos da investigação

Com a presente investigação, ambiciona-se analisar a oferta de Turismo de Aventura Acessível na região Centro de Portugal. Sendo este o principal objetivo, entendeu-se que seria necessário:

- Definir e apresentar o produto turístico Turismo de Aventura Acessível;
- Analisar o "estado da arte" dos conceitos de Turismo Alternativo, Turismo de Aventura, Turismo Acessível e Turismo de Aventura Acessível;
- Analisar a oferta de Turismo de Aventura Acessível existente na região Centro de Portugal;
- Caracterizar as empresas de Turismo de Aventura Acessível na região;
- Compreender se a oferta atual está consciencializada para a existência de um mercado específico como o do Turismo Acessível;
- Perceber se a informação disponibilizada vai ao encontro das necessidades do mercado;
- Identificar as principais barreiras para a criação de oferta de atividades adaptadas ao turismo acessível.

1.3 Metodologia

Para a realização deste trabalho foram aplicados diversos métodos que se apresentam resumidamente de seguida:

i) Revisão da literatura existente sobre Turismo Alternativo, Turismo de Aventura, Turismo Acessível e Turismo de Aventura Acessível, tanto a nível internacional como nacional, através do recurso a bases de dados de artigos científicos, bem como a análise de casos de boas práticas no Turismo Acessível em Portugal;

ii) Análise qualitativa, através de entrevistas levadas a cabo a três empresas de Turismo de Aventura da região Centro, bem como a um indivíduo invisual, um indivíduo portador de deficiência motora e a um grupo de oito idosos.

iii) Análise quantitativa através do desenvolvimento de um inquérito por questionário, estruturado em três partes:

- a) Classificação da empresa;
- b) A adaptação dos serviços e atividades ao Turismo Acessível;
- c) Os motivos para a não adaptação das atividades e serviços.

Para a elaboração do inquérito, foram imprescindíveis os resultados provenientes da revisão da literatura, bem como os resultados das entrevistas exploratórias. O mesmo foi distribuído *online*, através do envio do *link* do questionário via correio eletrónico diretamente para 451 empresas da região Centro de Portugal (distribuídas por 100 municípios), utilizando uma listagem cedida pela Turismo Centro de Portugal. Com este inquérito, aplicado entre o dia 23 de junho de 2016 e 31 de agosto de 2016, foram obtidas 73 respostas, posteriormente analisados através dos programas *IBM SPSS Statistics 21* e Microsoft Excel.

1.4 Estrutura do Trabalho

De modo a atingir os objetivos propostos, elaborou-se o presente estudo composto por sete capítulos:

- Inicia-se com a presente introdução, onde é apresentado o tema e identificada a pertinência do mesmo, são apresentados os objetivos do estudo, a metodologia aplicada e, por fim, a estrutura do trabalho.

- O segundo capítulo aborda o enquadramento teórico do tema, onde é realizado uma revisão da literatura do Turismo Alternativo, do Turismo de Aventura, bem como do Turismo Acessível. Aborda-se o conceito de mobilidade reduzida, definem-se os diferentes tipos de deficiência e a conceção do Turismo sénior.

- No capítulo 3, analisa-se os casos de boas práticas no Turismo de Aventura Acessível em Portugal;

- O capítulo 4 é composto pela caracterização da Região Centro de Portugal enquanto destino de Turismo de Aventura, definindo o número de empresas de Turismo de Aventura existentes na região;

- No capítulo 5, apresenta-se a metodologia utilizada onde se procedeu, primeiramente, a uma análise qualitativa, através da realização de entrevistas exploratórias. Posteriormente, realizou-se uma análise quantitativa com o objetivo de compreender se as

empresas de Turismo de Aventura estão devidamente preparadas para receber o segmento em questão.

- No capítulo 6, observa-se e discute-se os resultados adquiridos através das entrevistas realizadas e do inquérito *online*.

- Por fim, no capítulo 7, apresenta-se as conclusões desta investigação, onde se pretende dar resposta aos objetivos propostos, enumeram-se os contributos do estudo e pistas para uma investigação futura.

2. Enquadramento Teórico

Neste capítulo é feita a revisão da literatura do Turismo Alternativo, do Turismo de Aventura, bem como do Turismo Acessível. Aborda-se o conceito de mobilidade reduzida, define-se os diferentes tipos de deficiência e a conceção do Turismo sénior. No fim do capítulo é analisado o Turismo de Aventura Acessível.

2.1 Conceito de Turismo Alternativo

O Turismo é definido como um dos motores fundamentais da economia global, dado que é uma das indústrias que mais movimenta pessoas em todo o mundo (Sousa & Simões, 2010). Um dos aspetos inovador da indústria do Turismo é o surgimento do conceito de Turismo Alternativo.

O tradicional Turismo de massas tem avançado para a saturação, dando lugar a novas formas de Turismo. Uma das palavras-chave dos anos 80, juntamente com o património e com o desenvolvimento sustentável, é o Turismo Alternativo (Butler, 1990). A partir desta década, passou-se a conceder maior importância às formas alternativas de praticar Turismo ao Turismo de massas que não possibilitava uma interação genuína social, cultural e ambientalmente com o destino (Lima & Partidário, 2002). O Turismo Alternativo não é um produto que faça parte do mercado tradicional do Turismo. É sim uma nova modalidade turística que tem por base um conjunto de condições que ultrapassam o tradicional Turismo de massas, onde a valorização incide sobre o individualizado em prol do padronizado. Este é sinónimo de baixas densidades de procura, personalização nos serviços, contacto direto com ambientes ecologicamente equilibrados e de tradições e ambientes com forte identidade cultural (Lima & Partidário, 2002).

Este novo conceito de Turismo engloba um agregado de princípios que atualmente são considerados fundamentais para as práticas turísticas e para o desenvolvimento local com sucesso, sendo elas: o respeito pelas diferenças, a localidade, a identidade, a autenticidade das comunidades locais e a preservação ambiental (Brito, 2000). Isto é, a prática de um Turismo considerado responsável, onde o Turismo Alternativo, e o turista, geram menores impactos negativos graves no destino e nas suas populações, mas sem reduzir os efeitos económicos positivos (Butler, 1990).

Ao contrário do Turismo de massas, este género de Turismo é apelidado de “*Turismo de minorias*”, expressão utilizada por Licínio Cunha, onde o volume de mercado é baixo e a grande aposta é na qualidade. Ou seja, é uma forma mais consciente de praticar o Turismo, tendo sempre em conta a defesa ambiental, o património cultural e as necessidades das populações locais (Cunha, 1997).

Deste modo, o Turismo Alternativo é menos propício a causar mudanças negativas no destino que o Turismo de massas (Butler, 1990). Este procura proporcionar aos países meios para excluir as influências exteriores, facultando aos habitantes locais a possibilidade de participarem no seu desenvolvimento (Fennel, 2003), visto que o Turismo Alternativo penetra no espaço pessoal da comunidade local (Butler, 1990).

O objetivo do Turismo Alternativo não é substituir o Turismo de massas, mas sim uma maneira distinta de praticar Turismo. Até porque, o Turismo Alternativo não é praticado por todos os indivíduos, dado que depende muito do comportamento, das motivações e dos interesses dos turistas. Na realidade, não se pode nem se deve extinguir o Turismo de massas. O Turismo Alternativo não o substituirá em termos económicos, nas preferências pessoais dos diversos segmentos de mercado ou até em termos logísticos, mas é um complemento dado ao incremento de atrações e autenticidade e no desenvolvimento de zonas mais rurais (Butler, 1990).

De acordo com Brito (2000), o Turismo Alternativo, pode ser considerado um meio de desenvolvimento local, facultando vantagens para o território e para a sociedade. Porém, se não existir uma adequada gestão e controlo, corremos o risco deste Turismo Alternativo em pequena escala, se transformar em Turismo de massas (Butler, 1990).

Esta nova forma de Turismo é um termo genérico onde está implícito um leque de diversas estratégias turísticas que tenham em conta os princípios da sustentabilidade. De entre outros, o Turismo de Aventura é um dos produtos turísticos inerentes ao Turismo Alternativo, que consiste na prática de atividades e desportos de carácter aventureiro sempre relacionados com a natureza.

No fundo, e na opinião de Weaver e Oppermann (2000) citados por Lima e Partidário (2002) espera-se que o Turismo Alternativo “*venha a crescer rapidamente em termos absolutos e relativos nas próximas décadas*”.

Existem vários temas subjacentes a esta forma atual de praticar o Turismo. Para este estudo em particular, e uma vez que o objetivo é analisar o Turismo de Aventura Acessível na região Centro de Portugal, interessa analisar o Turismo de Aventura, um tipo de Turismo subjacente ao Turismo Alternativo (Ansarah & Netto, 2009; Pires, 2002; Porto, Cardoso & Silva, 2014), aliado ao Turismo Acessível.

2.1.1 Conceito de Turismo de Aventura

O Turismo de Aventura é um dos segmentos do Turismo com maior crescimento desde o início dos anos 90 (Hall, 1992; Sorenson, 1993; Jefferson, 1996; Loverseed, 1997; Sung, Morrison, & O’Leary, 1997) na sequência da crescente comercialização da recreação ao ar livre (Johnson & Edwards, 1994; Buckley, 1998). Esta forma alternativa de Turismo é uma indústria mundial com um volume de negócios de 1 trilião de dólares americanos (Buckley, 2012) que, nas passadas duas ou três décadas, tem-se tornado num componente significativo para a indústria turística. O Turismo de Aventura é um tipo de Turismo bastante procurado a nível mundial, uma vez que envolve diversas atividades naturais que muitas vezes inserem-se em ambientes que possuem características muito distintas das características habituais do quotidiano (Silva, 2014).

Este tipo de Turismo é visto, a nível global, como um dos setores em crescimento na indústria das atrações de visitantes e desempenha um papel fundamental nos destinos, uma vez que é capaz de aproveitar as ligações entre o desporto e o Turismo (Swarbrooke, Beard, Leckie & Promfret, 2003). O ritmo e as condições de vida nos grandes centros urbanos, mostram-se como um dos fatores para a crescente procura de alternativas para aliviar as tensões, como a prática de desportos radicais relacionadas com a natureza, os quais estão incluídos no mercado do Turismo de Aventura (Anelli Júnior & Munster, 1999).

Esta forma alternativa de Turismo tem ganho cada vez mais adeptos, uma vez que o negócio do Turismo de Aventura, bem como o marketing, têm-se adaptado às limitações logísticas e principalmente às necessidades dos clientes (Buckley, 2010).

Apesar do Turismo de Aventura ser uma das formas internacionais de Turismo com maior e mais rápido crescimento de mercado, é o menos compreendido. Isto porque, o seu papel no desenvolvimento da economia e os seus impactos na sociedade e no ambiente não estão totalmente entendidos (Zurick, 1992).

Um dos aspetos atrativos do Turismo é a capacidade de proporcionar experiências fora do quotidiano (Cohen, 1988a, 1988b; Shields, 1990; Urry, 2002). Assim sendo, uma das estratégias alternativas de fuga ao dia-a-dia é a prática de atividades de aventura (Andrade, 1993).

Até ao final do século XIX, a recreação de aventura ao ar livre não teve uma aceitação generalizada (Weber, 2001). Porém, o Turismo de Aventura é um subconjunto do mercado turístico que se encontra em crescimento (Beedie & Hudson, 2003).

A delimitação e o alcance do conceito de Turismo de Aventura ainda é objeto de debate entre os estudiosos de Turismo (Jacobse, 2001; Walle, 1997; Weber, 2001).

O Turismo de Aventura pode ser definido de várias formas e não há uma definição “oficialmente” aceite que conjugue todos os fatores associados à sua identidade. Inclusive, não existe na literatura da Organização Mundial do Turismo uma definição oficial de Turismo de Aventura (OMT, 2014). Swarbrooke et al. (2003) indicam que não há consenso entre os investigadores sobre o que constitui o Turismo de Aventura, mas existem definições consensuais na literatura.

Um dos principais recursos associados ao Turismo de Aventura é *"a busca deliberada de risco e a incerteza dos resultados"* (Ewert, 1989, p. 8), incluindo a adrenalina associada às atividades, o perigo e o desafio físico e mental.

De acordo com Hall e Weiler (1992), o Turismo de Aventura é um amplo grupo de atividades turísticas ao ar livre, muitas vezes comercializadas e que envolve uma interação com o meio ambiente natural, longe da zona de residência habitual do turista, contendo elementos de risco, em que o resultado é influenciado pelo participante, o local e a gestão da experiência turística. Nesta definição, os autores parecem abordar o aspeto comercial do Turismo de Aventura, a gestão, a distância de casa e fazem uma abordagem turística, através de uma definição genérica de aventura e recreação, retendo o risco como o elemento central da experiência.

Priest (1992) identifica cinco conceitos associados ao Turismo de Aventura: o medo, o stress saudável, a angústia, as habilidades e as atitudes.

Na perspectiva de Scace (1993), o Turismo de Aventura é uma atividade de lazer que ocorre num lugar exótico, destino remoto ou deserto, incomum e tende a ser associada a altos níveis de atividade por parte dos participantes, na maior parte dos casos ao ar livre. Também no parecer deste autor, os turistas de aventura procuram experienciar variados graus de risco, excitação e tranquilidade e desejam ser testados pessoalmente.

Segundo Beni (2003), o Turismo de Aventura é a deslocação de pessoas para espaços naturais, com ou sem roteiros programados, atraídos pelo desconhecido e desejo de encarar situações de desafio físico e emocional.

Este impulsiona a prática de atividades físicas, que tem por intuito abranger emoções e riscos controlados obrigando a técnicas e equipamentos particulares, garantindo a segurança de quem o pratica. O produto aventura tem como suporte a natureza e o desafio de um “*certo risco controlado*” (Fernandes, 1998).

Segundo o *Oxford Dictionary*, a aventura é uma “*experiência inesperada ou excitante*”. O equivalente americano, *Websters*, define aventura como “*uma experiência marcante, um encontro com os riscos*”. Segundo o Dicionário Infopedia, aventura é definida como uma “*ação arriscada, perigosa ou fora do comum*”. Estas definições traduzem algumas características singulares do Turismo de Aventura e que, de alguma forma, o diferencia de outros tipos de Turismo: o risco, o desporto ou as atividades recreativas ao ar livre e a experiência de aventura.

As viagens de aventura realizadas assumem como finalidade a prática de atividades recreativas desportivas, associadas a desafios impostos pela natureza. O Turismo de Aventura reúne assim o Turismo, o desporto e a recreação ao ar livre (Christiansen, 1990; Trauer, 1999).

Este tipo de Turismo é usualmente agrupado em duas categorias: aventuras *hard* e aventuras *soft* (Buckley, 2002b). As aventuras *hard* normalmente atraem indivíduos que procuram o risco (Hudson, 2003). Ou seja, abrangem algum tipo de atividade desportiva extrema e normalmente perigosa onde é necessário existir um nível especializado de competências e uma boa preparação física, equipamento específico, requisitos e planeamento altamente técnico (Trauner, 2006). Surpreendentemente, as atividades de aventura *hard* representam uma pequena percentagem da população mas ainda abrange um mercado considerável (The George Washington University, 2010). Enquanto que as aventuras *soft* são educativas,

direcionadas para o lazer, mas não envolvem experiências ou ações perigosas (The George Washington University, 2010). Usualmente atraem famílias e indivíduos que preferem não correr riscos (Hudson, 2003). Por norma, os indivíduos que praticam atividades de aventura hard tendem a focar-se em praticar somente uma atividade de aventura por viagem, à medida que os turistas que praticam atividades soft participam em múltiplas atividades por viagem (Beedie & Hudson, 2003).

Quanto às características do Turismo de Aventura, Swarbrooke et al. (2003) defendem que uma atividade pode ser classificada como sendo de Turismo de Aventura se apresentar as seguintes características:

- Incerteza dos resultados;
- Elementos de perigo e risco;
- Desafio;
- Recompensas previstas;
- Novidade;
- Estimulação e excitação;
- Escape;
- Exploração e descoberta;
- Absorção e foco;
- Emoções constantes.

Estas características podem ser afetadas pelo ambiente em redor da atividade, pela atividade em si e o pelo transporte utilizado (Swarbrooke et al, 2003: 27).

Visto que o conceito principal deste estudo é o Turismo de Aventura Acessível, de seguida será analisada a noção de Turismo Acessível. Isto é, a acessibilidade aplicada a todos os componentes do Turismo, e neste caso em específico às atividades de lazer.

2.1.2 Conceito de Turismo Acessível

Antes de definir o Turismo Acessível, é necessário compreender o conceito de acessibilidade. Segundo o Instituto Nacional para a Reabilitação (2010), a acessibilidade é a capacidade do meio de garantir uma igual oportunidade de uso de espaços e serviços, a toda a população, de uma forma direta, imediata, permanente e o mais autónomo possível. Esta deve ser vista como uma característica do ambiente que permite a qualquer indivíduo relacionar-se com esse ambiente de forma amigável, segura e cuidada (Projeto CECD, 2010). Quando se fala em acessibilidade aplicada ao Turismo, este conceito deve ser visto como uma necessidade de adaptar os serviços turísticos, tornando-os mais acessíveis e mais centrados nas necessidades concretas e individuais dos consumidores enquanto turistas (Devile, 2009).

Na visão da Organização Mundial de Turismo (2013), o Turismo Acessível envolve um processo de colaboração entre os vários *stakeholders*, permitindo assim às pessoas com restrições de mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas, tornarem-se turistas independentes, com equidade e dignidade, mediante a apresentação de produtos, serviços e ambientes universais.

No que diz respeito às abordagens conceptuais utilizadas no Turismo Acessível, ainda há pouco consenso, visto que o Turismo Acessível é uma área emergente da investigação científica em Turismo (Devile, Jesus & Cruz, 2011).

Porém, o Turismo de Portugal define, no seu site oficial¹, o Turismo Acessível como sendo *"a fruição da atividade turística a todas as pessoas, com deficiência ou não, e que inclui todos aqueles que possam apresentar temporariamente ou permanentemente limitações de mobilidade, de audição, de visão, cognitivas e psicossociais, de forma independente e com equidade e dignidade."*

Para Devile (2009), o conceito de Turismo Acessível assegura a qualquer indivíduo o direito de utilizar os equipamentos e serviços turísticos. Deste modo, é fundamental desenvolver um conjunto de serviços e equipamentos que estejam orientados para as preferências e necessidades de pessoas portadoras de certas limitações. Alguns autores como Kastenholz e Ladero (2009) referem-se ao conceito de *"Turismo sem Barreiras"*, ou

¹<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoenovacao1/Pages/turismoacessivel.aspx>

seja, o Turismo Acessível é uma *"modalidad de oferta turística integrada que permite a todos disfrutar de experiencias turísticas "sin barreras"*".

O conceito de Turismo Acessível foi criado como sendo aquele que garante a fruição do Turismo por pessoas que apresentam algum tipo de deficiência ou incapacidade física, psíquica ou sensorial (Instituto Nacional para a Reabilitação, 2010). Em termos de acessibilidade, o Turismo Acessível implica que a experiência turística envolva o transporte, o alojamento, as atividades acessíveis, o acesso a informação adequada e a existência de recursos humanos que estejam preparados para receber pessoas com necessidades especiais (Devile, 2003).

Para Teles (2014), o Turismo Acessível é o uso de serviços e equipamentos turísticos orientados para as especificidades e necessidades de pessoas com mobilidade reduzida. No fundo, o Turismo Acessível prevê uma oferta de equipamentos, serviços e infraestruturas que permitam o usufruto de viagens, estadias e lazer sem barreiras (Manguele & Roque, 2015).

O Turismo Acessível não abrange apenas a população portadora de deficiências. O público que procura uma oferta turística acessível é aquele que *"para quem a acessibilidade é uma condição indispensável ao consumo"* (Instituto Nacional para a Reabilitação, 2010).

Segundo Yau, Mckercher e Parker (2004), o Turismo Acessível dispõe de um vasto leque de públicos diferenciados: desde as pessoas com deficiência, aos indivíduos que manifestam uma incapacidade temporária, às que viajam com crianças pequenas ou com idosos, mulheres grávidas, pessoas com excesso de peso, entre outras situações. Os principais públicos-alvo do Turismo Acessível tendem a ser os indivíduos portadores de deficiência (motora, visual, mental ou auditiva) e a população sénior.

Dentro deste conceito de Turismo Acessível, surge igualmente o conceito de *"Design Universal"* ou *"Design Inclusivo"*. Isto significa que, a implementação de acessibilidade no Turismo não beneficiará apenas a população com mobilidade reduzida, mas sim toda a população. Citando Teles (2014), *"a implementação de soluções são essenciais para 1/10 da população, necessárias para cerca de metade e confortáveis para Todos"*. Ou seja, o conceito de *"Design Inclusivo"*, pode ser definido como *"uma filosofia e um processo para alcançar o acesso universal, incluindo envolventes, produtos e serviços que são concebidos*

de forma respeitosa, segura, saudável, funcional, compreensível e de forma atraente" (Projeto CECD2010, 2010).

O Turismo Acessível, ou mais recentemente, o Turismo para Todos, surge como um fenómeno de grande importância dentro da economia mundial (Moura & Kastenholtz, 2010) e os dados demográficos mostram uma tendência crescente em viagens de pessoas com deficiência (Devile & Moura, 2014).

A importância deste segmento de mercado para o Turismo tem vindo a aumentar uma vez que, os fluxos turísticos praticados por pessoas com necessidades especiais têm sofrido grandes aumentos. Segundo dados de 2012 da União Europeia, disponíveis na página web do Turismo de Portugal, os fluxos turísticos deste segmento totalizaram cerca de 783 milhões de viagens dentro da União Europeia, e está previsto uma taxa de crescimento médio de 1.2% em 2020.

É importante sublinhar que os turistas portadores de deficiência não viajam sozinhos. De modo que, o valor económico deste segmento de mercado pode aumentar significativamente (Devile & Moura, 2014). Na Europa, 59% da população tem pelo menos um familiar com mobilidade reduzida e 47% tem um amigo com as mesmas necessidades especiais (Prates & Garcia, 2009). É extenso o número de indivíduos que se inserem no grupo de pessoas com mobilidade reduzida; Teles (2014) evidencia que existem mais de 3 milhões de pessoas com mobilidade reduzida apenas em Portugal, sendo que 2 milhões são idosos e 1 milhão são deficientes.

Efetivamente, foi em 1980, na Conferência de Manila, que se criou pela primeira vez a ligação entre o conceito de Turismo e o conceito de acessibilidade, enfatizando que o usufruto de atividades e serviços turísticos é um direito que pertence a toda a população (Ferreira, 2013). Esta declaração reconheceu o Turismo como um direito essencial e um contributo fundamental para o desenvolvimento humano (Instituto Nacional para a Reabilitação, 2010) e o Turismo passou a ser encarado como um fator de promoção da qualidade de vida dos indivíduos com incapacidade, da sua aceitação, do respeito social e do desempenho de papéis na vida pública (Moura & Kastenholtz, 2010).

A 1 de Outubro de 1999, a Organização Mundial de Turismo aprovou o *Código Mundial de ética do Turismo*², tendo por finalidade "*promover um turismo responsável e sustentável, acessível a todos no quadro do direito que qualquer pessoa tem de utilizar o seu tempo livre em lazer ou viagens, e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos*".

Com isto, o Turismo Acessível surge como um novo formato de Turismo com a capacidade de satisfazer as necessidades de um grupo de turistas antes descurado, de contribuir para o seu bem-estar e qualidade de vida e diferenciar a oferta, revelando-se num enorme potencial de crescimento (Moura & Kastenholtz, 2010).

Desde o início dos anos 80, têm surgido alguns estudos no que diz respeito às pessoas com mobilidade reduzida bem como o Turismo Acessível (Nunes, 2011)

No início, os estudos focavam-se maioritariamente na classificação das barreiras existentes ao Turismo (Smith, 1987; Cavinato & Cuckovich, 1992). Porém, ao longo dos anos, o foco tem sido direcionado para o Turismo Acessível. Mais concretamente, a sua definição, as estratégias a aplicar para cada um dos públicos-alvo e a avaliação do processo de tomada de decisão do turista com mobilidade reduzida aquando da escolha de um destino ou serviço (Richter & Richter, 1999; Burnett & Baker, 2001 e Israeli, 2002).

Uma vez que o Turismo é uma atividade para todos, é fundamental que o mesmo esteja ao alcance de todos, e para isso é indispensável uma boa estruturação e cuidados específicos no que diz respeito ao Turismo Acessível. Para tal, o planeamento no Turismo Acessível não deve ser feito de forma isolada, mas tendo sempre em consideração as exigências e necessidades do tipo de cliente em questão (Manguele & Roque, 2015).

Posto isto, pode-se resumir este tipo de Turismo na seguinte frase: "*tenta-se moldar o produto turístico aos vários indivíduos em vez de os obrigar a ultrapassar os obstáculos do mesmo*" (Ferreira, 2013). Deste modo, só subsiste o conceito de Turismo Acessível se existir um investimento em equipamentos adequados por parte dos agentes públicos e privados (Pereira, 2011).

² <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/portugal.pdf>

Em Portugal, assiste-se a um crescente interesse no Turismo Acessível e observou-se a promoção de várias iniciativas públicas e privadas com a capacidade de responder às novas tendências de desenvolvimento do Turismo (Devile & Moura, 2014).

Alguns exemplos de boas práticas no que diz respeito ao Turismo Acessível em Portugal são: o portal *Portugal Acessível (Accessible Portugal)*, que permite aos seus utilizadores conhecer os espaços e locais considerados acessíveis, sem os ter visitado; o projeto *Lousã, Destino de Turismo Acessível*, que torna a Lousã no primeiro destino do país com exemplos de boas práticas na área do Turismo Acessível e o projeto *Praia acessível para todos*, que tem como objetivo genérico transformar as praias portuguesas em praias acessíveis a todos. Estes casos de boas práticas serão analisados posteriormente no capítulo 3.

2.1.2.1 Conceito de mobilidade reduzida e tipos de deficiência

Torna-se necessário diferenciar o conceito de "*deficiência*" e o conceito de "*incapacidade*". Segundo Devile (2009), a deficiência é "*encarada como uma anomalia ou alteração das estruturas ou funções do organismo. Já a designação de "incapacidade" tende a ser definida pela relação do indivíduo com o seu meio social, sendo tanto mais notória quanto mais barreiras esse ambiente colocar à pessoa com incapacidade.*"

Torna-se difícil definir o conceito de deficiência, dada a sua ampla gama de condições inerentes, tanto biopsicossocial, como os aspetos ligados à perceção de deficiência num contexto cultural (Zajadacz, 2015).

Mobilidade reduzida é a situação de mobilidade limitada dada a existência de uma deficiência física (sensorial ou de movimento, permanente ou momentânea), deficiência mental, ou até em razão da idade, e que exige uma atenção específica ou a adaptação do ambiente. No fundo, a pessoa com mobilidade reduzida é aquela que necessita de auxílio de outra pessoa para se locomover (ProAces, 2013).

Segundo o dicionário da Língua Portuguesa (Porto Editora, 2015), mobilidade reduzida é a restrição temporária ou permanente da aptidão de um indivíduo utilizar o meio ou um serviço para aceder a um determinado espaço físico.

Existem indivíduos com incapacidade física, sensitiva ou intelectual que dispõem de condições de saúde e/ou de idade que requerem cuidados especiais, temporária ou permanentemente (Fontes & Monteiro, 2009).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (2004), a deficiência define-se como *"um problema na função ou na estrutura do corpo, tais como, um desvio importante ou uma perda" (...)* pode ser temporária ou permanente; progressiva, regressiva ou estável; intermitente ou contínua."

As pessoas com deficiência são reconhecidas como sendo *"aquelas que têm incapacidades físicas, mentais, intelectuais ou sensoriais, a longo prazo que, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com os outros"* (Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, 2012).

Na definição da OMT (2013), os indivíduos portadores de deficiência são aqueles que possuem incapacidades físicas, mentais, intelectuais e sensoriais de longo prazo.

Desta forma, existem quatro tipos de deficiência: motora, visual, auditiva e mental, que passamos a descrever.

2.1.2.1.1 Deficiência Motora

A deficiência motora é consequência de modificações morfológicas do esqueleto e dos membros das articulações e tecidos musculares ou do sistema nervoso. Estas alterações limitam a capacidade motora do indivíduo e provocam dificuldade ou impossibilidade de controlar os movimentos, Ou seja, as pessoas portadoras de deficiência motora veem a sua capacidade de locomoção reduzida.

As pessoas que possuem esta deficiência têm dificuldades em levar a cabo tarefas físicas e motoras, tendo que se deslocar com um auxílio de marcha (Projeto CECD2010, 2010). Do conjunto de produtos de apoio disponíveis, evidenciam-se as canadianas, os andarilhos, as bengalas e as cadeiras de rodas manuais e elétricas (Turismo de Portugal, I.P, 2014).

Para a Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral (APPC), a deficiência motora é o conjunto de lesões que afetam o aparelho locomotor ou sistema nervoso, isoladamente ou em conjunto, e podem originar restrições físicas com graus de gravidade distintos.

Os indivíduos portadores de deficiência motora têm um cuidado acrescido antes de viajar. Estes verificam junto do profissional de Turismo quais as facilidades e restrições de deslocação do local e informam-se sobre a existência de serviços acessíveis (Projeto CECD2010, 2010).

Segundo um estudo sobre Turismo Inclusivo realizado pelo Projeto CECD 2010, existem vários aspetos a ter em conta aquando da interação com pessoas portadoras de deficiência motora, sendo elas:

- Necessidade de que a sua situação de deficiência seja entendida e aceite com naturalidade e que a pessoa seja tratada como outro qualquer cliente;
- Necessidade de que o profissional compreenda que a cadeira de rodas, ou outro auxílio de marcha, é uma extensão do corpo da pessoa com deficiência;
- Não ser discriminado pela sua incapacidade;
- Necessidade de ser atendido com paciência, mas sem negligenciar a autonomia da pessoa;
- Necessidade do profissional lhe prestar apoio mas sem impor a sua ajuda;
- Necessidade de que o profissional entenda as suas preocupações e receios perante os serviços turísticos.

Para o Turismo de Portugal, I.P (2014), é fundamental ter em consideração os seguintes aspetos:

- Existência de informação precisa e atual sobre o grau de acessibilidade do lugar (degraus, rampas, elevadores, larguras das portas, existências de instalações sanitárias adaptadas);
- Possibilidade de ter total acesso às infraestruturas e à sua utilização;
- Existência de ajudas técnicas e infraestruturas de apoio (cadeiras de banho, rampas amovíveis, canadianas, andarilhos, etc.);
- Que seja respeitado o ritmo das pessoas com mobilidade condicionada;
- Prontidão na assistência, caso necessário.

2.1.2.1.2 Deficiência Visual

A deficiência visual é a perda/redução da capacidade visual em ambos os olhos, com caráter definitivo não sendo suscetível de melhorias. Isto é, considera-se uma pessoa com deficiência visual a que tenha uma alteração permanente no domínio da visão, de 95% (Projeto CECD2010, 2010).

No Parecer do Turismo de Portugal, I.P (2014), a deficiência visual é *"a perda ou redução da capacidade visual, com caráter definitivo, não sendo suscetível de ser melhorada ou corrigida com o uso de lentes e/ou tratamento clínico ou cirúrgico"*.

Este tipo de deficiência pode ser subdividido em quatro categorias distintas: cegueira, visão central, visão periférica, visão confusa e perda parcial do campo visual (Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral, 2006).

As principais limitações dos indivíduos com deficiência visual estão aliadas às dificuldades de mobilidade, orientação, comunicação, acesso a informação escrita (quando não se encontra escrita em braille) e manipulação de objetos.

De acordo com o Turismo de Portugal, I.P (2014), as necessidades especiais das pessoas cegas ou com baixa visão são:

- Contacto baseado numa contínua troca de informação oral;
- Oportunidade de tocar nos objetos ou pessoas para um melhor reconhecimento;
- Iluminação e contrastes especiais que possibilitem um maior grau de autonomia;
- Exposição clara do meio físico que as rodeia, de modo a detetarem o caminho e os obstáculos para facilitar a sua deslocação;
- Acesso a instrumentos de apoio (bengalas, cães de assistência, áudio guias, etc.);

2.1.2.1.3 Deficiência Auditiva

A deficiência auditiva consiste na perda parcial ou total da capacidade de ouvir. Todo o indivíduo cuja audição não é funcional no dia-a-dia é considerado surdo.

As limitações que os deficientes auditivos enfrentam são essencialmente comunicacionais e sociais (Projeto CECD2010, 2010) e muitos dos que têm deficiências auditivas podem,

igualmente, ter mais dificuldade na compreensão e na expressão oral (Turismo de Portugal, I.P, 2014).

A deficiência auditiva divide-se em diferentes tipos: auditiva condutiva, neuro sensorial, mista e central (Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral, 2006).

Em termos de necessidades, é fundamental que seja estabelecido um contacto visual com a pessoa, e deve-se tentar ao máximo não esconder o rosto e os lábios durante a conversação, uma vez que grande parte dos indivíduos com deficiência auditiva faz leitura labial.

A melhor forma de comunicar com uma pessoa surda é através da Língua Gestual Portuguesa. No caso de o profissional de Turismo não possuir conhecimentos de língua gestual, deve procurar meios de comunicação alternativos como blocos de notas, imagens, etc.

2.1.2.1.4 Deficiência Mental

A deficiência mental, também conhecida como deficiência intelectual, significa que o indivíduo apresenta determinadas limitações de natureza cognitiva, que revelam restrições a nível pessoal e social (Projeto CECD2010, 2010). É a denominação que descreve os problemas que surgem no cérebro e levam a dificuldades de aprendizagem, a pensar abstratamente e dificuldade na adaptação a novas situações (Turismo de Portugal, I.P, 2014).

Existem vários fatores para o aparecimento de uma deficiência mental, podendo ser uma condição genética, orgânica, problemas durante uma gravidez ou durante o parto e problemas de saúde na infância.

Segundo a APPC (2006), existem quatro classificações subjacentes à deficiência mental: descontínuo (quando o indivíduo não requer auxílio constantemente), limitado (quando a necessidade de apoio surge associado a determinados aspetos da vida da pessoa), extenso (quando o apoio é necessário de forma regular sem limitação de tempo e afeta vários aspetos da vida das pessoas) e generalizado (quando o auxílio é necessário diariamente e muito é intenso, podendo durar a vida toda).

O maior entrave que os indivíduos com deficiência mental enfrentam é o preconceito. Daí que, no que respeita aos aspetos a ter em conta com este grupo de pessoas, a principal necessidade é a aceitação, comunicar sem preconceitos e de forma natural (Turismo de Portugal, I.P, 2014). Porém, e visto que uma das características desta deficiência é a dificuldade na compreensão, o profissional deve procurar ser paciente e repetir o que diz as vezes que for necessário e estabelecer sempre contacto visual aquando da conversação (Projeto CECD2010, 2010).

2.1.2.2 Turismo Sénior

A relação entre a deficiência e o envelhecimento é inquestionável, e apresenta um desafio para a indústria do Turismo global (Darcy, 2007).

Para uma melhor compreensão do segmento do Turismo sénior é necessário classificá-lo. Assim, Hossain, Bailey e Lubulwa (2003) dividiram o conceito de seniores em dois grupos: os “*seniores jovens*”, de 55 aos 64 anos, e os “*seniores mais velhos*”, de 65 anos ou mais.

O aumento da população idosa tem sido encarado como uma oportunidade de negócio para a atividade turística (Projeto CECD2010, 2010), uma vez que este segmento mostra, cada vez mais, um crescente interesse nas novas oportunidades disponíveis no setor do Turismo (Moscardo, 2006). Este grupo, com um espírito jovem e aberto, acompanhado de um nível económico estável, representa um segmento de mercado atraente para a indústria do Turismo (González, Vila & García, 2006).

O Turismo sénior é um largo segmento de mercado que tem um peso cada vez maior nos fluxos turísticos domésticos e internacionais (Cavaco, 2009). Este mercado tem a tendência de crescer, dado o aumento da esperança média de vida, da melhoria da condição psíquica e física do indivíduo sénior, das reformas antecipadas, da crescente mobilidade geral e da democratização das deslocações de Turismo (Cavaco, 2009). Este é um mercado com comportamentos turísticos diferenciados, na medida em que viajam com a mesma frequência que a população mais jovem e usufruem de atividades ligadas a práticas aventureiras (Schiffman & Sherman, 1991).

Todas as sociedades estão a ser afetadas pelo fenómeno do envelhecimento. No plano cultural, começam a surgir profundas alterações a par do aumento dos tempos de lazer (Neves, 2009).

A procura do mercado turístico da terceira idade tem características muito próprias (Ferreira, 2001). As atividades de animação, lazer, entretenimento, convívio social e a possibilidade de construir novas amizades, são os principais motivos que levam as pessoas idosas a viajar (Projeto CECD2010, 2010). Este segmento valoriza o contacto com as comunidades locais e a descoberta do património.

Um aspeto a ter em conta é que, conforme a idade aumenta, as capacidades motoras e auditivas deste segmento da população vão enfraquecendo. Daí a necessidade de adaptação da atividade turística às necessidades deste público (Santos, 2008).

Com isto, é fundamental que os profissionais de Turismo tenham em consideração os seguintes fatores aquando da interação com um turista sénior: são indivíduos que possuem limitações a nível da mobilidade e têm dificuldade de memorização, concentração durante um longo período de tempo e alguma dificuldade de compreensão. Estas limitações podem ser agravadas se o indivíduo possuir dificuldades auditivas ou visuais (Projeto CECD2010, 2010). Neste sentido, o profissional deve procurar respeitar a sua autonomia e o seu valor pessoal e fazer com que cada indivíduo se sinta apoiado.

Os cálculos da ONU apontam que, em 2050, 21% da população mundial terá mais de 60 anos, o equivalente a 2000 milhões de pessoas. Daí ser crucial pensar em propostas de qualidade para o Turismo sénior (Prates & Garcia, 2009).

2.2 Turismo de Aventura Acessível

No que diz respeito à temática do Turismo de Aventura Acessível, importa salientar que a pesquisa levada a cabo permite afirmar que existem poucos estudos dirigidos para este tipo de Turismo, podendo ser uma reflexão da falta de consciencialização para este tema.

Na sociedade moderna, dinâmica e globalizada, na qual abundam os desafios sempre novos e diferentes, os destinos e as empresas turísticas necessitam de novas formas e meios de aproximação ao respetivo mercado (Moura & Kastenholz, 2010). A preparação da viagem, a sua gestão e a promoção de experiências positivas são os elementos chave para o sucesso das atividades turísticas acessíveis. Uma vez envolvidas em diversão e devidamente adaptadas às condições deste segmento, as atividades de Turismo de Aventura fornecerão

uma autoconfiança para este público e o interesse pelo Turismo (Ray & Ryder, 2003, citado por Moura & Kastenholz, 2010).

No que diz respeito ao Turismo de Aventura Acessível, para Devile e Moura (2014), e sabendo que novas realidades implicam soluções alternativas, acredita-se que o Turismo Ativo ajusta-se ao Turismo Acessível, emergindo como uma oportunidade para o progresso em diferentes níveis. O Turismo de Aventura para todos, deve ser considerado uma oportunidade para o bem-estar pessoal e qualidade de vida dos seus participantes bem como proporcionar novas oportunidades de negócios. Esta forma de Turismo pode ser um importante motor de promoção a longo prazo para o bem-estar e qualidade de vida dos indivíduos com deficiência. Simultaneamente, um meio de consciencialização, aceitação, respeito e integração de todos os grupos sociais.

Porém, e como referido por Mota, Ferreira, Wada e Santos (2014), ainda existem poucos parques de aventura preparados para receber pessoas portadores de deficiência e com os recursos necessários para tal, nomeadamente por falta de incentivos financeiros. Isto poderá levar a que este público-alvo, por mais interessados e motivados que estejam para a prática de atividades de aventura, irão optar por destinos e atividades com menos obstáculos.

Em Portugal, foi lançado em fevereiro de 2014, pelo Turismo de Portugal, IP, em parceria com a Federação Portuguesa de Desporto para Pessoas com Deficiência um "Guia de Boas Práticas para a Acessibilidade - Turismo Ativo". Este guia tem a finalidade de *"disponibilizar uma ferramenta de apoio às empresas de animação turística tendo em vista a diversificação dos seus serviços às pessoas com necessidades específicas, segmento crescente da procura turística"*.

"A criação de melhores condições para todos resultará certamente numa maior rentabilização dos recursos existentes e no incremento da procura turística, tanto nacional como internacional. Se a procura do bem de alguns resultar no bem de todos, talvez se inverta a situação atual para que a realidade turística seja mais inclusiva e abrangente" (Turismo de Portugal, I.P., 2014).

As empresas de Turismo de Aventura têm a oportunidade de atingir um segmento de mercado em crescimento, tornando as suas atividades e serviços mais acessíveis e contribuir para a inclusão deste segmento no Turismo, com segurança e qualidade nos serviços prestados (Silva & Teles, 2014).

Assiste-se, igualmente, a um crescente interesse no Turismo Acessível em Portugal e observou-se a promoção de várias iniciativas públicas e privadas com a capacidade de responder às novas tendências de desenvolvimento do Turismo (Devile & Moura, 2014).

3. Casos de Boas Práticas de Turismo Acessível

Neste capítulo, serão abordados alguns exemplos de casos de boas práticas em Turismo Acessível em Portugal: o projeto *Portugal Acessível (Accessible Portugal)*, *Lousã – Destino de Turismo Acessível* e *Praia acessível para todos*.

3.1 Accessible Portugal

O projeto *Accessible Portugal* nasceu em 2005: um portal inovador na internet³ com o objetivo de dar a conhecer os vários espaços e locais considerados acessíveis (Soares, 2012; Pereira, 2011).

Este portal surgiu após a sua fundadora, Ana Garcia, durante as suas próprias férias, se deparar com a inexistência de infraestruturas e serviços de apoio para pessoas com mobilidade reduzida.

O processo de planear e realizar uma viagem é bastante complexo, mais ainda para as pessoas portadoras de deficiência. Deste modo, o portal *Accessible Portugal*, disponibiliza aos utilizadores diversos serviços com garantia de acessibilidade, desde o alojamento e restaurantes aos espaços de entretenimento (Devile, Kastenholz & Santiago, 2010).

Para o sucesso deste projeto, foi necessário um forte trabalho de campo: levantamento de informações sobre os alojamentos, restaurantes, salas de espetáculo, museus, entre outros serviços turísticos, aplicando critérios rigorosos de avaliação (Soares, 2012).

Porém, o portal não atua apenas para melhorar a experiência para a procura, mas também atua junto da oferta, nomeadamente na área da consultoria e formação dos recursos humanos (Soares 2012).

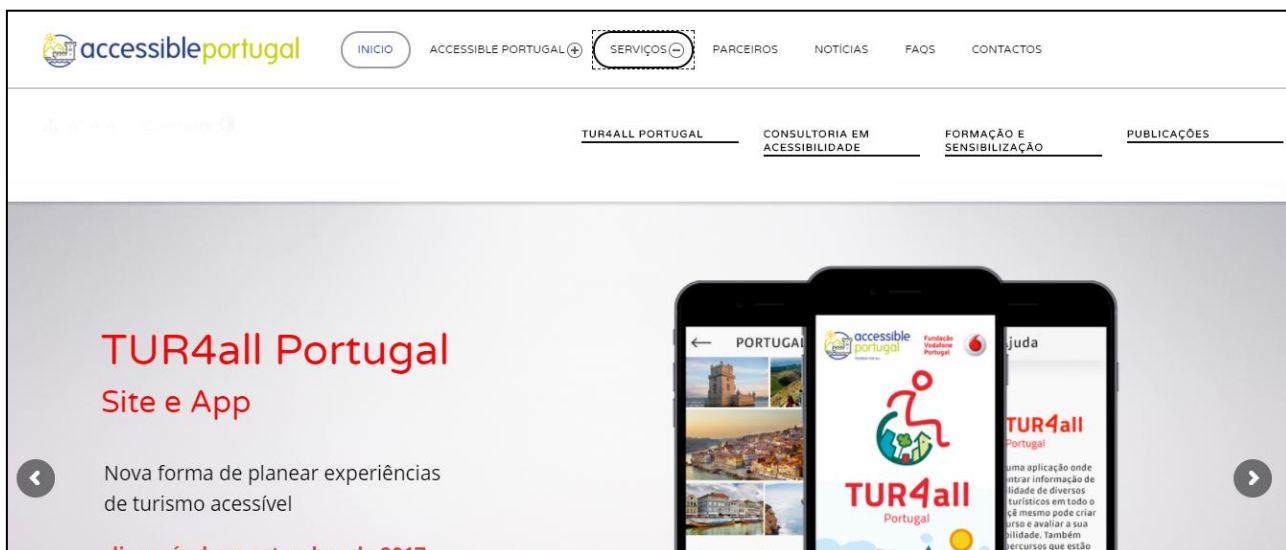
Resultado de uma parceria estabelecida entre a *Accessible Portugal* e a *PREDIF*, foi possível desenvolver uma plataforma e aplicação móvel de informação e divulgação da oferta turística acessível em Portugal: a *Tur4all Portugal*. A mesma tem como objetivo contribuir para a captação de novos segmentos da procura e melhorar a experiência turística das pessoas com necessidades especiais. No fundo, permite uma interação com a procura,

³ <http://accessibleportugal.com/>

num modelo de redes sociais, de modo a dar a conhecer os recursos turísticos existentes nos destinos e a respetiva acessibilidade.

O *Accessible Portugal* fornece diversos serviços, desde do programa *TUR4all Portugal* (já mencionado acima), à prestação de serviços de consultoria e ações de formação e sensibilização em acessibilidade (imagem 1).

Imagem 1 - Página web da Accessible Portugal



Fonte: Página web da Accessible Portugal

3.2 Lousã, Destino de Turismo Acessível

O concelho da Lousã tem-se dedicado ao tema da acessibilidade, levando a cabo um projeto dirigido aos indivíduos com mobilidade reduzida, envolvendo a comunidade local bem como os estabelecimentos hoteleiros. Este projeto tem o nome de "Lousã, Destino de Turismo Acessível" (Pereira, 2011). Um projeto pioneiro, tornando a Lousã no primeiro destino em Portugal com exemplos de boas práticas na área do Turismo Acessível (Soares, 2012).

Uma vez que o projeto pretende contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes e dos visitantes, neste, participam todos os agentes locais (Pereira, 2011).

Para além da parte prática, o projeto tem também uma parte técnica, que é composta por peritos nacionais e internacionais com competências no que diz respeito à acessibilidade. A nível europeu, esta iniciativa conta com o apoio da ENAT (*European Network for Accessible Tourism*), a nível nacional, tem o apoio do INR (Instituto Nacional para a

Reabilitação) e a nível regional, pela Direção Regional da Economia do Centro, pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro e pela Entidade Regional de Turismo do Centro (Pereira, 2011).

Este projeto ganhou força através da realização na Lousã do congresso sobre Turismo Acessível em Abril de 2007, tendo como objetivo projetar a cidade como um dos locais que mais tem apostado na acessibilidade (Pereira, 2011).

É de mencionar que na Lousã está sediada a Associação dos Cidadãos Inadaptados da Lousã, que foi das primeiras a confrontar a comunidade local com o conceito de deficiência, permitindo uma mudança de mentalidades na comunidade e a reabilitação da pessoa portadora de deficiência. No ano de 2004, foi criada na cidade uma Provedoria Municipal das pessoas com incapacidade da Lousã, contribuindo para uma melhoria considerável na qualidade de vida dos cidadãos com deficiência (Pereira, 2011).

Este é um projeto liderado pela Câmara Municipal da Lousã, responsável pela gestão do território e pela acessibilidade, contando com o apoio da Provedoria Municipal das Pessoas com Incapacidades, com o intuito de demonstrar que é possível implementar o seu projeto-piloto, tornando a Lousã mais acessível, e que é possível alargar o mesmo para um nível nacional (Pereira, 2011).

Na página web da Câmara Municipal da Lousã ⁴ (http://www.cm-lousa.pt/turismo_acessivel?m=b83) pode-se ler o seguinte: *"A capacidade promotora da CML, a reunião de competências técnicas raras em Portugal e o interesse e visibilidade que o projeto sempre suscitou a nível local, nacional e até internacional, levaram ao grande reconhecimento público do mérito da iniciativa, demonstrados pela aprovação de várias candidaturas a instrumentos de apoio financeiro, pela obtenção de distinções nacionais e internacionais, pela ampla exposição mediática e por variadas referências elogiosas ao trabalho pioneiro desenvolvido na Lousã, tanto no país como no estrangeiro."*

Este foi um projeto pioneiro em Portugal que levou a um grande reconhecimento público do mérito da iniciativa. A Lousã foi a primeira cidade a apostar na acessibilidade e a tornar esse o seu lema e foco principal. Com esta iniciativa, a Lousã teve grande exposição mediática tanto a nível nacional como internacional (imagem 2). A sua iniciativa expandiu-

⁴ Consultado em Janeiro de 2017

se por outras cidades em Portugal, começando a surgir sucessivas iniciativas públicas sobre a acessibilidade.

Imagem 2 - Logótipo do projeto "Lousã, Destino Acessível"



Fonte: http://www.cm-lousa.pt/turismo_acessivel?m=b83

Exemplos desta expansão são, por exemplo, o Guia de Turismo Acessível de Lisboa, "Lisboa para Todos", que pretende ir ao encontro das necessidades das pessoas que se deslocam em cadeira de rodas; o caso de Viseu, que tem apostado cada vez mais na eliminação das barreiras físicas, arquitetónicas e urbanísticas da cidade e na adaptação dos espaços e funcionalidades de uso público em Viseu.

3.3 Praia Acessível para Todos

O projeto "Praia Acessível para Todos" iniciou em 2004, como resultado da parceria entre o INR, o Instituto da Água, o Turismo de Portugal e o Instituto de Emprego e Formação Profissional (Pereira, 2011).

Este projeto tem como objetivo geral tornar as praias portuguesas em praias acessíveis a todos. De modo a que as praias recebam a bandeira azul, símbolo de praia acessível, é necessário que disponham do seguinte (Pereira, 2011):

- Acesso pedonal fácil;
- Estacionamento com lugares destinados para as viaturas de indivíduos portadores de deficiência;
- Acesso à zona de banhos (colocação de rampas ou com recurso a meios mecânicos)
- Zonas sanitárias acessíveis;
- Dispor de um posto de socorro acessível;
- Possuir passadeiras no areal;
- Possuir de um nadador salvador ao serviço da praia.

Foi no ano de 2005 que o projeto "Praia Acessível para Todos" foi colocado em prática, e o número de praias acessíveis tem vindo a aumentar consideravelmente, sendo que em 2016 foram galardoadas 209 praias portuguesas (Instituto Nacional para a Reabilitação, 2016).

Apesar desta investigação só contemplar três dos muitos exemplos de boas práticas no Turismo Acessível em Portugal, cada vez mais existem entidades públicas e privadas a expandirem o seu leque de oferta de modo a abranger diferentes segmentos da procura, em particular o mercado do Turismo Acessível que se encontra em constante crescimento expansão.

Para este estudo, interessa analisar as empresas de Turismo de Aventura da região Centro de Portugal, com a finalidade de compreender se estão consciencializadas para a existência deste segmento de mercado e se efetivamente estão preparadas para receber este tipo de turista.

4. Caracterização da Região Centro enquanto destino de Turismo de Aventura

No presente capítulo, será definido o enquadramento geográfico da região em estudo e serão quantificadas as empresas de Turismo de Aventura existentes, divididas por NUTS III.⁵

4.1 Enquadramento geográfico

Analisando geograficamente a Região Centro, esta representa cerca de 31,3% do território de Portugal Continental (imagem 3) e 23,7% da população nacional. É, por isso, uma região extensa no contexto nacional, mas com uma baixa densidade demográfica (Programa Operacional do Centro: Mais Centro 2007-2013).

Imagem 3 - Mapa de Portugal



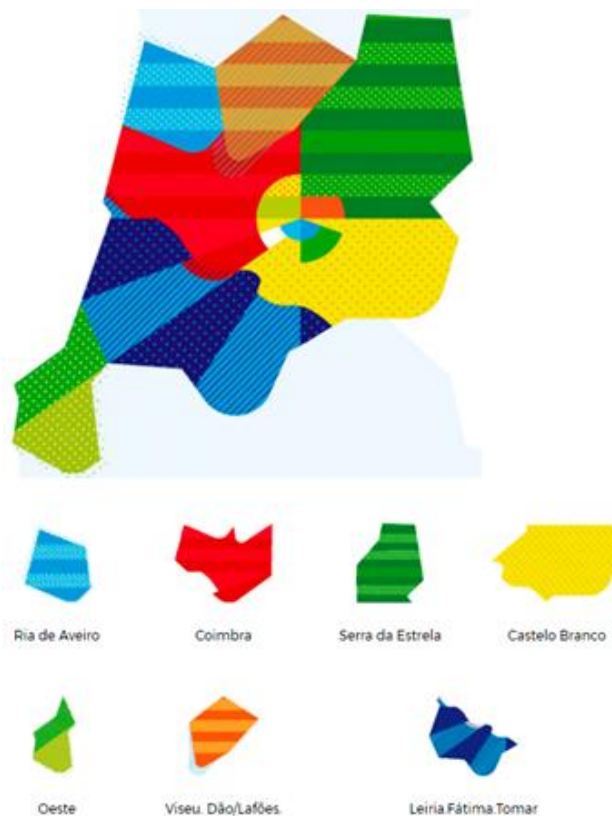
Fonte: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/destinos>

A região Centro de Portugal, que também é conhecida como as Beiras, encontra-se limitada a norte pela região Norte, a leste por Espanha, a sul pelo Alentejo, a sudoeste pela área metropolitana de Lisboa e a oeste pelo Oceano Atlântico. Esta compreende os distritos de Coimbra, Castelo Branco e Leiria, a maior parte dos distritos de Viseu, Aveiro e Guarda, e cerca de um terço do Distrito de Santarém e está dividida em sete regiões turísticas: Ria de Aveiro, Coimbra, Serra da Estrela, Castelo Branco, Oeste, Viseu Dão Lafões e a região de

⁵ Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

Leiria (Turismo Centro de Portugal, 2017), conforme Imagem 4. As cidades mais populosas da região são Coimbra, com 101.069 habitante, seguido por Aveiro, com 55.291 habitantes.

Imagem 4 - Mapa das regiões turísticas na Região Centro de Portugal



Fonte: <http://turismodocentro.pt/o-centro/>

Em suma e citando a publicação "Portugal no Centro" da Fundação Calouste Gulbenkian (2016):

- Castelo Branco/Naturtejo, é um polo de marca turística (a que corresponde o território das ex-NUT III Beira Interior Sul e Pinhal Interior Sul) e dispõe de recursos cinegéticos; Reserva Natural da Serra da Malcata; Património Geológico.
- Coimbra, é um polo de marca turística (território das ex-NUT III Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte), dispõe na cidade da Universidade de Coimbra reconhecida como Património Mundial; Aldeias de Xisto e Serra da Lousã; praias da Figueira da Foz.
- Leiria/Fátima/Tomar (território das ex-NUT III Pinhal Litoral e Médio Tejo), dispõe do Santuário de Fátima e estruturas conexas; Património da Humanidade (Alcobaça, Batalha; Tomar); Património Natural (grutas).

- Ria de Aveiro, é um polo de marca turística (território da ex-NUT III Baixo Vouga) dispõe da Cidade e Ria de Aveiro; Património Arquitectónico (Arte Nova, Contemporânea); Animação Desportiva Cultural.
- Serra da Estrela (território das ex-NUT III Serra da Estrela, Beira Interior Norte e Cova da Beira) dispõe das Rotas (Antigas Judiarias, Aldeias Históricas, Castelos, Descobridores, Lã); Gastronomia e Vinhos; Parque Natural da Serra da Estrela.
- Viseu/Dão Lafões, polo de marca turística (território da NUT III Dão Lafões) contempla a Cidade de Viseu e dispõe de estâncias termais e Serra do Caramulo; atividades ao ar livre (percursos pedestres, golfe, BTT).

Quanto às potencialidades desta região no que diz respeito ao Turismo de Aventura, a mesma possui características excecionais para a prática deste tipo de Turismo. Não só pelo elevado número de empresas existentes que exploram estas atividades (451 empresas), mas porque a região dispõe de vários marcos da natureza que permite levar a cabo diversas atividades de aventura. Nomeadamente, a Serra da Estrela, que permite a realização de atividades relacionadas com neve (*ski* e *snowboarding*), vários rios e riachos onde é realizável atividades de água (*canoagem*, *stand up paddle*, *canyoning*, etc) e diversas montanhas e florestas de onde é possível fazer atividades de ar como o parapente e slide, bem como atividades de terra como as caminhadas, passeios BTT (bicicletas todo terreno) e atividades de orientação. Uma vez que a região Centro abrange grande parte do território nacional de Este a Oeste, a mesma dispõe de regiões banhadas pelo oceano Atlântico como Aveiro, Coimbra, Leiria e a região Oeste. Nestas, grande parte das atividades de aventura são de água, dado o seu principal recurso ser o mar, como por exemplo o *surf*, *kite surfing* e *wind surfing*.

A região Centro de Portugal dispõe de cerca de 451 empresas de Turismo de Aventura⁶, como referido anteriormente, e um dos principais objetivos do presente estudo, será analisar se estas empresas apostam na adaptação das suas atividades e/ou serviços a pessoas com mobilidade reduzida.

⁶ Dados fornecidos pelo Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico da Turismo Centro de Portugal

4.2 Identificação das empresas de Turismo de Aventura na região Centro

No quadro 1, identificam-se as NUTS III, bem como os concelhos que dispõem de empresas de Turismo de Aventura. Analisando o referido quadro, pode concluir-se que a região com mais empresas de Turismo de Aventura é Leiria, com 126 empresas ativas. Dentro desta região, o concelho com mais empresas desta natureza é Peniche. Isto pode ser derivado à localização deste concelho, junto ao mar, o que proporciona a prática de diversas atividades de aventura aquáticas como o *surf*, que é bastante praticado nesta zona, e inclusive é palco de diversos eventos desta modalidade anualmente. Relativamente à região onde se regista um menor número de empresas de Turismo de Aventura, a Serra da Estrela, esta apenas dispõe de 22 empresas ativas, seguida por Viseu Dão Lafões com 29. Isto pode-se dever ao facto de ambas as regiões se localizarem no interior da região Centro, limitando a oferta de atividades de aventura às atividades de terra e ar. Apesar de ambas disporem de um vasto leque de rios que possivelmente poderiam ser palco de atividades de aventura de água, a oferta continua limitada a *surf paddle*, canoagem, *canyoning*, por exemplo, não podendo apostar em atividades como o *surf*, *kite surfing*, *wind surfing* ou mergulho.

Quadro 1 - Quantificação das empresas de Turismo de Aventura por região e concelho

NUT III	Concelho	Nº de empresas
Viseu Dão Lafões	Santa Comba Dão	3
	Viseu	12
	Mangualde	2
	São Pedro do Sul	5
	Carregal do Sal	1
	Sátão	1
	Vouzela	1
	Mortágua	1
	Tondela	3
TOTAL		29
Ria de Aveiro	Aveiro	38
	Águeda	4
	Anadia	1
	Estarreja	2
	Ílhavo	13
	Mealhada	5
	Murtosa	1
	Ovar	6
	Sever do Vouga	3
	Vagos	8
TOTAL		81

NUT III	Concelho	Nº de empresas
Coimbra	Coimbra	28
	Arganil	2
	Cantanhede	2
	Figueira da Foz	11
	Góis	1
	Lousã	8
	Mira	5
	Miranda do Corvo	2
	Montemor-o-Velho	3
	Oliveira do Hospital	2
	Pampilhosa da Serra	1
	Penacova	4
	Penela	1
	Vila Nova de Poiares	1
TOTAL		71
Leiria	Marinha Grande	1
	Alcobaça	11
	Alvaiázere	1
	Ansião	1
	Batalha	2
	Bombarral	3
	Caldas da Rainha	13
	Castanheira de Pêra	1
	Figueiró dos Vinhos	2
	Leiria	10
	Marinha Grande	3
	Nazaré	16
	Óbidos	8
	Peniche	47
	Pombal	2
Porto de Mós	5	
TOTAL		126
Serra Da Estrela	Seia	4
	Figueira de Castelo Rodrigo	1
	Gouveia	2
	Guarda	6
	Manteigas	2
	Mêda	1
	Pinhel	1
	Sabugal	4
Trancoso	1	
TOTAL		22
Castelo Branco	Idanha-a-Nova	1
	Belmonte	1
	Castelo Branco	8
	Covilhã	5
	Fundão	1
	Idanha-a-Nova	4
	Oleiros	1
	Penamacor	2
	Proença-a-Nova	3
	Sertã	2
	Vila de Rei	1
Vila Velha de Ródão	1	
TOTAL		30

NUT III	Concelho	Nº de empresas
Oeste	Lourinhã	1
	Alenquer	5
	Arruda dos Vinhos	4
	Cadaval	4
	Lourinhã	15
	Sobral de Monte Agraço	3
	Torres Vedras	16
TOTAL		48
Santarém	Tomar	1
	Abrantes	2
	Constância	2
	Entroncamento	2
	Ferreira do Zêzere	3
	Ourém	13
	Tomar	10
	Torres Novas	7
	Vila Nova da Barquinha	1
TOTAL		41

Fonte: Elaboração própria, adaptado da base de dados fornecida pelo Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico da Turismo Centro de Portugal (2016)

De um modo geral, e graças à localização da Região Centro, é possível levar a cabo inúmeras atividades de aventura de diversas naturezas:

Atividades de Terra:

- Arvorismo
- *Bungee Jumping*
- Canionismo
- Caminhadas
- Passeios a Cavalo
- Cicloturismo
- Escalada
- Montanhismo
- Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues
- Orientação
- Passeios BTT
- Tiro ao Alvo
- *Paintball*
- *Rappel*
- *Slide*

Atividades de Ar:

- Balonismo
- Paraquedismo
- Voo Livre
- Parapente

Atividades de Água:

- Canoagem
- *Surf*
- *Snorkeling*
- *Kitesurfe*
- Mergulho
- *Rafting*
- *Windsurf*
- *Canyoning*

5. Metodologia

Neste capítulo, inicia-se a observação prática da investigação e define-se a metodologia aplicada neste estudo para a recolha e análise da informação.

5.1 Recolha de Informação

Em primeiro lugar, realizou-se uma revisão da literatura da temática em questão, existente e indispensável para a investigação, a nível mundial e nacional, através do recurso a bases de dados de artigos científicos. Analisou-se o "estado da arte" dos conceitos de Turismo Alternativo, Turismo de Aventura e Turismo Acessível, bem como realizou-se uma análise de alguns casos de boas práticas no Turismo Acessível em Portugal.

Após esta revisão da literatura, foi necessário efetuar uma recolha de dados mais específica. Deste modo, numa primeira fase optou-se por uma análise qualitativa, através de entrevistas exploratórias semiestruturadas levadas a cabo a três empresas de Turismo de Aventura da região Centro (consultar anexo 1), bem como a um indivíduo invisual, um indivíduo portador de deficiência motora e a um grupo de oito idosos.

Numa segunda fase desenvolveu-se um inquérito por questionário que foi aplicado *online* e sujeito a uma análise de dados quantitativa.

5.1.1 Método Qualitativo: Entrevistas exploratórias

Foram levadas a cabo entrevistas exploratórias semiestruturadas a três empresas de Turismo de Aventura da região Centro entre os meses de Abril e Maio de 2016 (quadro 2):

- Entrevista presencial à empresa Cankay Aventura, sediada em Viseu;
- Entrevista realizada via *e-mail* com a empresa Bio Parque de Carvalhais;
- Entrevista presencial à Sportnatura, localizada no Caramulo. (consultar anexo 2)

Estas entrevistas foram desenvolvidas com a finalidade de compreender se as referidas empresas são possuidoras de atividades e/ou serviços acessíveis e quais os efeitos da adaptação. No caso de não se encontrarem adaptadas, qual o motivo para a não adaptação (consultar anexo 3).

Quadro 2 - Identificação das questões das entrevistas às empresas

Entrevistas às empresas
1- A vossa empresa encontra-se adaptada às pessoas portadoras de deficiência? (Se sim passar para a questão seguinte, se não passar para a questão 11)
2- Se sim, que tipo de atividades e quais os serviços que estão adaptadas e como?
3- Quais as preocupações existentes na formação dos vossos recursos humanos? Algum dos colaboradores fez ou está a fazer alguma formação relacionada com Turismo Acessível?
4- Houve algum aumento nas visitas desde que foi implementado atividades e serviços acessíveis?
5 - Possuem dados estatísticos sobre o número de turistas portadores de deficiência que procuram a vossa empresa/atividades?
6- Através de que meio de informação os vossos clientes vos procuram? (Internet, telefone, presencialmente...)
7- Possuem informação adequada sobre as atividades e serviços acessíveis no vosso website?
8- Quando usufruem dos vossos serviços, os clientes tendem a ir sozinhos ou acompanhados? Se acompanhados, por quem? (amigos, familiares, técnicos, outros indivíduos portadores de deficiência)
9- Possuem parcerias com as associações de deficiência? Se sim, que entidades são?
10- Que tipo de vantagens crê que a acessibilidade trouxe para a vossa empresa?
11- Se respondeu não à pergunta nº1, qual o motivo para a não implementação de acessibilidade?
12 - Pretendem apostar neste segmento num futuro próximo?

Fonte: Elaboração Própria

Realizaram-se também entrevistas ao público-alvo em questão: a um indivíduo invisual, um indivíduo portador de deficiência motora e a um grupo de oito idosos, com o objetivo de obter as suas opiniões sobre a acessibilidade nas atividades e serviços de aventura (consultar anexo 4).

Quadro 3 - Identificação das questões das entrevistas às pessoas

Entrevistas às pessoas
1- Costuma praticar atividades de turismo de aventura?
2- Que tipo de atividades pratica?
3- Com que frequência pratica atividades de aventura?
4- Onde é que já praticou?
5- Quando pratica, costuma ir sozinho ou acompanhado?
6- Através de que fonte de informação descobriu a existência da empresa e das atividades por eles oferecidas?
7- Encontrou dificuldades/barreiras durante a prática da atividade? Se sim quais?
8- Em relação aos serviços e infraestruturas, encontravam-se devidamente adaptadas?
9- Relativamente aos profissionais de turismo, na sua opinião, estavam devidamente formados e preparados para o público alvo?
10- Qual é a sua opinião sobre o turismo de aventura acessível em Portugal?
11- Qual a razão pela qual não pratica?
12- Pretende praticar alguma atividade nos próximos tempos?
13- Na sua opinião, as empresas encontram-se consciencializadas e preparadas para receber o segmento do turismo acessível? Se não, o que falta para se tornarem acessíveis?
14- Qual é a sua opinião sobre o turismo de aventura acessível em Portugal?

Fonte: Elaboração Própria

5.1.2 Método Quantitativo: Desenvolvimento do Questionário

Após a realização das entrevistas exploratórias, foi elaborado um questionário *online* dirigido às empresas de Turismo de Aventura da Região Centro, de modo a determinar se a região possui empresas de Turismo de Aventura adaptadas ao público-alvo do Turismo Acessível. A estruturação do questionário incidiu num conjunto de questões sobre a acessibilidade das atividades e serviços oferecidos pelas empresas de Turismo de Aventura da Região Centro, ou a falta dela (consultar anexo 5).

Quanto à sua estrutura, identificada no quadro 4, o questionário é constituído por 20 questões e o mesmo encontra-se dividido em três partes: caracterização das empresas inquiridas e das atividades oferecidas, análise dos métodos aplicados na adaptação das atividades e/ou serviços (caso tenham respondido que possuem atividades acessíveis) e os motivos para a não adaptação das atividades e/ou serviços e qual o nível de interesse na adaptação no futuro.

Quadro 4 - Identificação das questões do inquérito

I - Caracterização das empresas e atividades oferecidas
1 - Em que concelho está localizada a sua empresa?
✓ <i>Opção de escrita livre</i>
2- Classifique a empresa quanto à sua dimensão.
<u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u> ✓ Micro; ✓ Pequena; ✓ Média; ✓ Grande.
3- Classifique a empresa quanto à sua forma jurídica.
<u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u> ✓ Empresário em nome individual; ✓ Sociedade unipessoal por quotas; ✓ Sociedade por quotas; ✓ Sociedade anónima.
4- Qual o tempo de atuação no mercado?
<u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u> ✓ < 1 ano; ✓ Entre 1 a 3 anos; ✓ Entre 4 e 6 anos; ✓ > 6 anos.
5- Quantos funcionários tem a empresa?
<u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u> ✓ Entre 1 e 3; ✓ Entre 4 e 8; ✓ Entre 9 e 12; ✓ Mais de 12.
6- Qual o período de funcionamento semanal da sua empresa?
<u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u> ✓ segunda; ✓ terça; ✓ quarta; ✓ quinta; ✓ sexta;

<ul style="list-style-type: none"> ✓ sábado; ✓ domingo.
7- Qual o período de funcionamento anual da sua empresa?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ janeiro; ✓ fevereiro; ✓ março ✓ abril; ✓ maio; ✓ junho; ✓ julho; ✓ agosto; ✓ setembro; ✓ outubro; ✓ novembro; ✓ dezembro.
8- Quais as atividades de Aventura oferecidas?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Arvorismo; ✓ Bungee Jumping; ✓ Canionismo; ✓ Caminhadas; ✓ Passeios a cavalo; ✓ Escalada; ✓ Montanhismo; ✓ Turismo fora-de-estrada em veículos 4*4 ou bugies; ✓ Orientação; ✓ Passeios BTT; ✓ Tiro ao Alvo; ✓ Paintball; ✓ Rappel; ✓ Slide; ✓ Canoagem; ✓ Snorkeling; ✓ Kitesurf; ✓ Mergulho; ✓ Rafting; ✓ Windsurf; ✓ Canyoning; ✓ Pesca Submarina; ✓ Balonismo; ✓ Paraquedismo; ✓ Voo Livre; ✓ Parapente; ✓ Outros.
9- A sua empresa oferece serviços/atividades acessíveis a pessoas portadoras de mobilidade reduzida?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sim; ✓ Não.
II - Aposta na adaptação das atividades e/ou serviços
10- Quais são as atividades de Aventura Acessíveis oferecidas?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Arvorismo; ✓ Bungee Jumping; ✓ Canionismo; ✓ Caminhadas; ✓ Passeios a cavalo; ✓ Escalada; ✓ Montanhismo; ✓ Turismo fora-de-estrada em veículos 4*4 ou bugies; ✓ Orientação; ✓ Passeios BTT; ✓ Tiro ao Alvo; ✓ Paintball; ✓ Rappel; ✓ Slide; ✓ Canoagem; ✓ Snorkeling; ✓ Kitesurf; ✓ Mergulho; ✓ Rafting; ✓ Windsurf;

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Canyoning; ✓ Pesca Submarina; ✓ Balonismo; ✓ Paraquedismo; ✓ Voo Livre; ✓ Parapente; ✓ Outros.
11- Nos locais onde são praticadas as atividades, que medidas foram tomadas para tornar as infraestruturas acessíveis?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Criação de estacionamento adequado; ✓ Colocação de rampas; ✓ Colocação de elevadores; ✓ Adaptação da largura das portas/corredores; ✓ Adaptação das instalações sanitárias; ✓ Informação em Braille; ✓ Formação/aprendizagem dos recursos humanos ✓ Utilização de meios de comunicação alternativos; ✓ Outros
12- Quais as razões para a adaptação das vossas atividades e serviços ao Turismo Acessível? (Avaliado de 1-Nada Importante a 5 - Extremamente importante)
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ A pressão da procura destes serviços; ✓ Benefícios para a empresa; ✓ Exigências legais; ✓ Política interna; ✓ Responsabilidade Social; ✓ Requisitos de parceiros de negócio.
13- Qual a importância do Turismo Acessível para a sua empresa?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nada Importante; ✓ Pouco Importante; ✓ Importante; ✓ Muito Importante; ✓ Extremamente Importante.
14- Que impactos houve na sua empresa após a adaptação?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento significativo no número de praticantes; ✓ Aumento moderado no número de praticantes; ✓ Pouco aumento no número de praticantes; ✓ Nenhum aumento no número de praticantes.
15- Como é efetuada a divulgação dos vossos produtos/serviços adaptados?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Página Web; ✓ Redes Sociais; ✓ Revistas e Jornais; ✓ Não divulgação; ✓ Outros.
16- Possui parcerias com associações de pessoas portadoras de deficiência? Se sim quais?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sim; ✓ Não.
17- Se sim, quais?
<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Opção de escrita livre</i>
III - Não aposta na adaptação das atividades e/ou serviços
18- No caso de não possuir atividades/serviços adaptados, quais são os motivos?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Não aplicável; ✓ Muito dispendioso; ✓ Falta de informação/conhecimento sobre a acessibilidade; ✓ Falta de interesse; ✓ Falta de oportunidade; ✓ Falta de ajudas/parcerias; ✓ Adaptação é complexa de implementar; ✓ Outras.

19- Quais das seguintes medidas poderá incentivar a sua empresa a implementar/melhorar a acessibilidade?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incentivos financeiros; ✓ Acesso a documentos/guia de implementação de acessibilidade; ✓ Possibilidade de obter formação para os recursos humanos; ✓ Possibilidade em estabelecer parcerias com associações; ✓ Reconhecimento da empresa como acessível.
20- Qual o interesse num futuro próximo, em adaptar/melhorar as atividades/serviços?
<p><u>OPÇÕES DE RESPOSTA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nenhum; ✓ Pouco; ✓ Algum; ✓ Muito; ✓ Extremo.

Fonte: Elaboração própria

A escolha dos itens que compõem cada uma das questões foi com base na revisão da literatura e nas entrevistas realizadas às empresas de Turismo de Aventura, bem como aos indivíduos com mobilidade reduzida.

5.1.3 Definição da Amostra e recolha dos dados

O público-alvo dos questionários é composto por todas as empresas de Turismo de Aventura da Região Centro de Portugal. O mesmo foi definido através de uma base de dados de todas as empresas de Turismo de Aventura existentes na região (451 empresas), facultada pelo Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico da Turismo Centro de Portugal.

Em relação ao procedimento adotado, o questionário foi construído na plataforma Google Forms (<https://www.google.com/forms/about/>) e partilhado via *e-mail* (consultar anexo 6). Tendo em conta o número reduzido de respostas, foi solicitada ajuda à Turismo Centro de Portugal, que tratou de enviar um e-mail (consultar anexo 7) para a sua base de dados de empresas de Turismo de Aventura. No total, foram enviados inicialmente 451 e-mails, sendo que ao longo do período de envio do inquérito foram enviados vários e-mails a relembrar para o preenchimento do mesmo.

A recolha dos dados iniciou-se em junho de 2016 e optou-se por dar como terminada esta etapa em setembro, os meses com mais empresas de Turismo de Aventura em funcionamento, ao qual obteve-se 73 respostas.

6. Análise e discussão dos Resultados

No presente capítulo analisa-se e debate-se os resultados obtidos nas entrevistas exploratórias, bem como nos inquéritos por questionário aplicados *online*.

6.1 Análise das entrevistas exploratórias

As entrevistas exploratórias foram dirigidas a três empresas de Turismo de Aventura na nossa região, bem como ao público-alvo em questão. Seguidamente, é apresentado um resumo das mesmas.

6.1.1 Entrevistas exploratórias a empresas de Turismo de Aventura

As entrevistas foram realizadas com a finalidade de analisar se as empresas possuem atividades e/ou serviços adaptados a pessoas portadoras de mobilidade reduzida.

De seguida, seguem as questões que foram colocadas às empresas e excertos das respostas obtidas.

Q.1. - "A vossa empresa encontra-se adaptada às pessoas portadoras de deficiência?"

- **Sportnatura:** *"Em termos de atividades, é sempre possível adaptar algumas. Nem todas, algumas têm limitações, em geral no que diz respeito ao espaço onde é montado, mas em algumas é possível que o cliente experiencie parte da atividade, se não toda. (...)"*
- **BioParque:** *"Dependendo da deficiência sim."*
- **Cankay Aventura:** *"As atividades que proporcionamos não estão propriamente adaptados, mas quando nos surge um grupo em que há essa necessidade procuramos adaptar a atividade o mais possível."*

Q.2. - "Que tipo de atividades e quais os serviços que estão adaptados e como?"

- **Sportnatura:** *"Temos a escalada, que é a atividade mais difícil para apartarmos. O slide é concretizável e a canoagem também. O rappel também é possível adaptar"*

mas suspenso. (...) No caso da canoagem, também podemos adaptar mas tentamos levar a cabo a atividade em locais onde a água não seja muito profunda. No caso do canyoning, não é possível de todo adaptar a atividade."

- **BioParque:** *" Algumas das valências – casa de banho da zona de acampamento e piscina (balneários e a própria piscina) – algumas das atividades também podem ser adaptadas."*
- **Cankay Aventura:** *" Quando recebemos um pedido destes, procuramos analisar o local onde decorrerá a atividade de modo a percebermos como podemos adaptá-la ao público em questão. Em relação às infraestruturas, temos o cuidado de procurar se existem boas condições perto do local em questão. Por exemplo, já recebemos um grupo da APPACDM⁷, um grupo de pessoas em cadeira de rodas, em que fomos para São Pedro do Sul fazer slide. Mas em vez de ser de uma altura considerável, a atividade foi feita de uma margem do rio para a outra. (...) O turismo sénior procura mais as caminhadas. Uma vez que é um produto com muita oferta não temos muitos pedidos."*

Q.3. - "Quais as preocupações existentes na formação dos vossos recursos humanos? Algum dos colaboradores fez ou está a fazer alguma formação relacionada com Turismo Acessível?"

- **Sportnatura:** *"Formação específica para trabalhar com pessoas portadoras de deficiência, não. (...)Na altura da atividade, cabe é a cada monitor perceber quais são as necessidades e dificuldades de cada cliente e tentar ultrapassá-las da melhor forma. Ainda não tivemos muitos pedidos para levar a cabo atividades para este segmento, mas o que fazemos é uma reunião e tentamos perceber o que podemos fazer."*
- **BioParque:** *" Eu não tenho formação em atividades físicas adaptadas."*
- **Cankay Aventura:** *"Não temos ninguém com formação específica, Porém, eu tenho alguma formação em Língua Gestual Portuguesa, uma vez que já trabalhei com alunos com deficiência auditiva, mas não temos ninguém que fale fluentemente Língua Gestual Portuguesa. Quando recebemos este público, a comunicação é feita através de gestos e desenhos."*

⁷ Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental

Q.4. - "Houve algum aumento nas visitas desde que foram implementados atividades e serviços acessíveis?"

- **Sportnatura:** *" Não, em termos comerciais, não. (...) O que notamos é que, uma vez que da nossa parte a adaptação de uma determinada atividade tem custos acrescidos para nós, e inevitavelmente o valor para praticar a mesma tem de ser superior ao valor normal, as pessoas sentem que existe uma certa discriminação. (...) E também outro fator é que ainda existe muitas mentalidades fechadas, especialmente por parte das direções das associações, que o risco em participar é muito elevado e que os participantes não conseguirão levar a cabo as atividades e preferem não fazê-lo."*
- **BioParque:** *" Não muito, mais no acesso às piscinas."*
- **Cankay Aventura:** *"Não, são situações esporádicas. Até porque existe aqui um constrangimento financeiro. As associações não têm possibilidade de pagar muito para realizar as atividades. No caso das associações, nós já praticamos preços bem abaixo do normal mas mesmo assim, por vezes as associações preferem não fazê-las para reduzir custos. Há interesse mas existe sempre a desvantagem dos custos."*

Q.5. - "Através de que meio de informação os vossos clientes vos procuram (internet, telefone, presencialmente...)?"

- **Sportnatura:** *"Neste momento mais o facebook. (...)"*
- **BioParque:** *" Internet, mail e facebook e telefone."*
- **Cankay Aventura:** *"Através do site e facebook."*

Q.6. - "Possuem informação adequada sobre as atividades e serviços acessíveis no vosso website?"

- **Sportnatura:** *"Nem a newsletter nem o facebook menciona que temos a possibilidade de adaptar as nossas atividades a pessoas portadoras de deficiência. Mas pode ser algo a colocar futuramente no nosso site."*
- **BioParque:** *" Não tanto quanto gostaríamos."*
- **Cankay Aventura:** *"Não, de momento ele está um pouco desatualizado. Mas por norma o meio mais utilizado para fazermos chegar às pessoas e associações que temos estas atividades é o "passa palavra". Já tivemos flyers, mas o retorno daquilo que publicitamos é muito reduzido."*

Q.7. - "Quando usufruem dos vossos serviços, os clientes tendem a ir sozinhos ou acompanhados? Se acompanhados, por quem (familiares, amigos, técnicos, outros indivíduos portadores de deficiência)?"

- **Sportnatura:** *"Nas atividades que temos levado a cabo, nunca tivemos um grupo apenas de pessoas portadores da mesma deficiência. O que já tivemos foi uma vez um grupo de cerca de 8 pessoas em que cada uma tinha a sua própria limitação. Por norma, temos grupos em que dentro desse mesmo grupo, existem pessoas com deficiência."*
- **BioParque:** *"Normalmente acompanhados por técnicos das instituições. Com familiares, muito poucos."*
- **Cankay Aventura:** *"Grande maioria vem em grupo, com as associações."*

Q.8. - "Possuem parcerias com as associações de deficiência?"

- **Sportnatura:** *"Parceria direta, não. Já tentámos fazer uma abordagem à ACAPO⁸ sobre as nossas atividades mas nunca me contactaram."*
- **BioParque:** *"Sim, ASSOL – SPS⁹ e A União de Familiares e Amigos dos Surdos de Viseu."*
- **Cankay Aventura:** *"Não. Existe interesse, porém também existem muitos custos, quer com seguros quer com o pessoal. Não podemos realizar as atividades gratuitamente."*

Q.9. - "Que tipo de vantagens crê que a acessibilidade trouxe para a vossa empresa?"

- **Sportnatura:** *"Trouxe vantagens a nível do "know-how" dos monitores e da aprendizagem ao lidar com pessoas que possuem limitações ou algum tipo de deficiência. A nível monetário, ou de gerar mais clientes, não. Nós quando levamos a cabo este género de atividades não o fazemos para ganhar publicidade e clientes, fazemos porque gostamos de ver a satisfação nos participantes e a usufruírem da experiência."*
- **BioParque:** *"Um parque mais inclusivo e aberto a toda a gente."*

8 Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal

9 Associação de Solidariedade Social de Lafões

- **Cankay Aventura:** *"Existem vantagens sim, temos mais clientes. Mas são situações esporádicas e existe este problema dos custos associados."*

Q.10. - "Qual é a sua opinião sobre o Turismo de Aventura Acessível em Portugal?"

- **Sportnatura:** *"Está a melhorar, mas ainda tem muito trabalho pela frente, principalmente pela aceitação do cliente: o cliente gosta de fazer as atividades mas a um custo muito reduzido. Não tem a ver com a qualidade do serviço, mas com a mentalidade dos portugueses. Em relação à acessibilidade, eu acho que ninguém pensa na acessibilidade quando inicia uma empresa. Creio que, a grande maioria adapta porque são obrigados a fazê-lo, e mesmo assim muito mal, não por estarem consciencializados. Para a grande maioria, adaptação é colocar uma rampa na porta de entrada e acabou. Não creio que exista uma empresa que trabalhe exclusivamente para este mercado. De um modo geral, haverá sempre limitações. Diminui-las é possível mas apenas se for apelativo para a empresa."*
- **Cankay Aventura:** *"É sempre um tema interessante, mas é preciso arranjar condições para tal. Como já falámos, o custo é um fator fundamental. Adaptar as atividades tem um custo para a empresa, e depois um preço mais elevado não é muito recetivo da parte do praticante."*
- O BioParque não respondeu a esta questão.

6.1.2 Entrevistas exploratórias a pessoas com mobilidade reduzida

Houve também necessidade de realizar entrevistas ao público-alvo em questão, de modo a compreender a sua motivação para a prática deste tipo de Turismo e entender qual a sua opinião sobre a acessibilidade nas empresas de Turismo de Aventura na região Centro. Neste sentido, levou-se a cabo três entrevistas: a um indivíduo portador de deficiência motora, a uma pessoa com deficiência visual e a um grupo de idosos.

Deficiência motora

Q.1. - " Costuma praticar atividades de Turismo de Aventura?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *"Não, não tenho por hábito praticar, exceção feita, já fiz skydiving pelo menos duas vezes."*

Q.2. - " Que tipo de atividades pratica?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" Não tenho por hábito praticar. O skydiving foi algo espontâneo. Na marina de Cascais, existe um barco com pequenas adaptações para pessoas com deficiência poderem praticar vela."*

Q.3. - " Onde é que já praticou?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *"Quando fiz skydiving foi no aeródromo de Viseu."*

Q.4. - " Quando pratica, costuma ir sozinho ou acompanhado?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" Da primeira vez que fiz skydiving fui sozinho, mas nas outras vezes foi em grupo. Mas de um modo geral, procuro viajar acompanhado ou ter companhia no destino. No fundo existem duas formas de praticar Turismo Acessível: Turismo Acessível em grupo, onde todos os praticantes são indivíduos portadores de deficiência, no meu caso eu não pratico Turismo desta forma; e o Turismo individual, onde a pessoas viajam sozinha ou num grupo onde apenas ela é portadora de uma deficiência. Neste último caso, é fundamental ter em atenção se tanto os hotéis, os restaurantes e locais de espetáculo estão adaptados. "*

Q.5. - " Através de que fonte de informação descobriu a existência da empresa e das atividades oferecidas tanto pelo aeródromo de Viseu como no caso da Marina de Cascais?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" No caso do skydiving, foi através de uma pessoa praticante de paraquedismo. Relativamente ao surf, sei que existe uma comunidade no facebook chamado "surf adaptado" onde publicitam a praia onde estarão presentes."*

Q.6. - " Encontrou dificuldades/barreiras durante a prática da atividade? Se sim quais?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" Sim, particularmente na primeira vez que saltei foi complicado entrar e sair do avião."*

Q.7. - " Em relação aos serviços e infraestruturas, encontravam-se devidamente adaptados?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" Na altura em que fiz os saltos, o aeródromo não tinha infraestruturas de apoio, e haviam imensas escadarias."*

Q.8. - "Relativamente aos profissionais de Turismo, na sua opinião, estavam devidamente formados e preparados para o público alvo?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" Não havia a presença de profissionais de Turismo na altura em que fiz os saltos. De um modo geral, em quase nenhuma das atividades de desporto de aventura o negócio é explorado por técnicos de Turismo, mas sim por pessoas que chegam ao Turismo porque são praticantes do desporto/atividade em concreto. Ou seja, é necessário que haja motivação e vontade da parte do indivíduo querer que haja pessoas portadoras de deficiência a praticar desporto de aventura."*

Q.9. - " No início da nossa conversa, referiu que não é praticante assíduo de atividades de aventura. Qual a razão pela qual não pratica?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *" A maioria das atividades de aventura requer caminhar muito. Se formos a analisar as atividades, por exemplo, slide, é necessário conseguirmos chegar ao topo para iniciarmos a atividade. Muitas vezes, depende da boa vontade dos monitores e dos proprietários se é de todo possível fazer as adaptações."*

Q.10. - " Pretende praticar alguma atividade nos próximos tempos?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *"Este ano espero fazer surf. Contudo, o que temos que pensar em primeira mão é como é que eu vou chegar até ao mar. (...) Ao chegar à praia não vejo qualquer tipo de infraestrutura que me facilite a vida e que me indique a existência de tal atividade. Há também um grupo de praticantes de surf que organiza aulas de "surf adaptado" que vai de praia em praia a organizar atividades. Sei também da existência de grupos de pessoas que organizam atividades de canoagem para pessoas portadoras de deficiência."*

Q.11. - " Na sua opinião, as empresas encontram-se consciencializadas e preparadas para receber o segmento do Turismo Acessível? Se não, o que falta para se tornarem acessíveis?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *"Não tenho essa noção. Sei que quando os profissionais são confrontados com alguém portador de deficiência que queira praticar uma determinada atividade de aventura e que eles acham que é possível fazê-lo, sei que o fazem com satisfação. Mas se pensam nesse aspeto quando estão a montar o seu negócio, não creio, e no caso das infraestruturas menos ainda."*

Q.12. - " Qual é a sua opinião sobre o Turismo de Aventura Acessível em Portugal?"

- **Entrevistado - Deficiência Motora:** *"Vamos ver: onde é que o Turismo Acessível funciona bem? No caso das praias portuguesas, quase todas estão acessíveis, não só os acessos à praia como na praia em si. Existem equipamentos para levar a pessoa até ao mar, as casas de banhos são boas e os próprios nadadores salvadores estão preparados. As praias da Costa Alentejana, por exemplo, podem não estar porque os acessos em si já são difíceis para todos. Mas de um modo geral, principalmente as praias urbanas, estão todas adaptadas. Quanto ao Turismo Acessível de um modo geral, é um assunto bastante discutível. Hoje em dia, quando quero sair, pelo menos em Portugal, não vou com apreensão. Não sinto necessidade de pesquisar em antemão se o sítio para onde eu vou se está devidamente adaptado. Na minha opinião, creio que também não adianta muito pesquisar. Porém, tenho noção que as cidades Europeias, em especial as mais antigas, estão menos preparadas para o Turismo Acessível que Portugal. (...) Falando especificamente sobre as atividades acessíveis, é mais complicado. Não tenho conhecimento que haja algo que tenha sido construído de raiz já com a ideia em mente de receber pessoas com deficiência. Ou um parque de aventura em específico que seja completamente adaptado a pessoas com deficiência, onde uma pessoa portadora de deficiência motora possa trocar a sua cadeira de rodas por uma mais resistente e adaptada a uma atividade em concreto. Não digo que não haja de todo algo adaptado, mas não é comum. (...)"*

Deficiência Visual

Q.1. - " Costuma praticar atividades de Turismo de Aventura?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Não tenho muito o hábito de praticar Turismo de Aventura. Gosto, mas não tenho oportunidade. A ACAPO costuma levar a cabo atividades de aventura, principalmente no Verão, podia ter a oportunidade de participar, mas nem sempre dá."*

Q.2. - " Que tipo de atividades pratica?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Já fiz algumas vezes slide, escalada, rappel "*

Q.3. - " Onde é que já praticou?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Já fiz em Óbidos e também em Silves. "*

Q.4. - " Quando pratica, costuma ir sozinho ou acompanhado?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Eu costumo praticar atividades de aventura em grupo, com outras pessoas também elas invisuais. Lembro-me também que pratiquei atividades de aventura em Góis, mas nessa vez em específico apenas eu era cego."*

Q.5. - " Encontrou dificuldades/barreiras durante a prática da atividade? Se sim quais?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Eu não encontro grandes dificuldades, mas acredito que haja situações em que as barreiras são mais complicadas."*

Q.6. - " Em relação aos serviços e infraestruturas, encontravam-se devidamente adaptados?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Para mim sim. Mas para pessoas em cadeira de rodas, por exemplo, muito provavelmente não."*

Q.7. - "Relativamente aos profissionais de Turismo, na sua opinião, estavam devidamente formados e preparados para o público alvo?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Quando eu pratiquei, foi inserido num grupo de pessoas também com deficiência e as atividades correram bem. Mesmo não*

sabendo exatamente como lidar/contornar com certas situações, perguntavam como deviam fazer. E havia certas atividades que eu não podia fazer, como andar de bicicleta por exemplo, e eles arranjavam outras atividades para mim, não me deixavam sem opções de atividades."

Q.8. - " Qual a razão pela qual não pratica?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Indisponibilidade de tempo."*

Q.9. - " Pretende praticar alguma atividade nos próximos tempos?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Gostava de praticar."*

Q.10. - " Na sua opinião, as empresas encontram-se consciencializadas e preparadas para receber o segmento do Turismo Acessível? Se não, o que falta para se tornarem acessíveis?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *"Não creio que estejam a 100%. Mas em geral, e principalmente onde a ACAPO interfere, estão consciencializados e adaptados."*

Q.11. - " Qual é a sua opinião sobre o Turismo de Aventura Acessível em Portugal?"

- **Entrevistado - Deficiência Visual:** *" Poderia estar um bocadinho melhor. Haver mais informação escrita. Não falando especificamente nas atividades de aventura, mas por exemplo nos museus. Deveria haver mais informação escrita e mais acessibilidade, de modo aos visitantes invisuais conseguirem acompanhar o guia. Vai havendo em alguns sítios com informação em braille e onde é possível o visitante tocar em alguns objetos, mas de um modo geral, falta uma certa consciencialização das pessoas. Mas isso já depende do profissional em questão."*

Grupo sénior

Q.1. - "Costuma praticar atividades de Turismo de Aventura?"

- **Grupo de Idosos:** *"Com o centro de dia, vamos uma vez por ano ao Parque da Senhora dos Verdes em Gouveia. Mas não praticamos as atividades do parque."*

Q.2. - " E quando vão nessas visitas ao Parque da Senhora dos Verdes, que atividades praticam?"

- **Grupo de Idosos:** *"A gente tenta divertir-se ao máximo. Mas quando vamos normalmente estamos apenas sentados a conviver uns com os outros."*

Q.3. - "Ou seja, não praticam as atividades que o parque tem disponíveis?"

- **Grupo de Idosos:** *"Não. As crianças que vão também conosco fazem muitas atividades, mas os idosos não podem fazer. O centro de dia é que por norma leva jogos para nos entretermos e fazemos atividades com as nossas animadoras."*

Q.4. - "Se pudessem praticar as atividades do parque, que atividades gostariam de fazer?"

- **Grupo de Idosos:** *"Gostávamos de jogar à bola, saltar à corda e fazer umas caminhadas pelo parque. Mas sabemos que lá também há slide e gostávamos de praticar, para quem pode fazê-lo é claro. Porque a maioria de nós tem problemas de mobilidade o que já dificulta os passeios."*

Q.5. - "Também sei que uma vez por ano vão passar uma semana a Mira. Que atividades fazem enquanto estão lá?"

- **Grupo de Idosos:** *"Sim, gostamos muito. Quando lá estamos vamos muitas vezes para a praia. Os que podem vão a pé, outros vão de carrinha. Na praia nem todos podem ir até ao mar, porque não conseguem caminhar até lá. Quem não consegue ir refrescar-se ao mar, fica sentado na cadeira. Como ando na cadeira de rodas, quando íamos à praia nunca consegui chegar à água nem à areia, ficava sempre na estrada. Não há condições nem para eu ir para a areia."*

Q.6. - "Com que frequência costumam ir?"

- **Grupo de Idosos:** *"À Senhora dos Verdes e a Mira vamos uma vez por ano, na altura do Verão"*

Q.7. - "Costumam ir com os vossos familiares?"

- **Grupo de Idosos:** *"Normalmente vamos só com as meninas do centro de dia."*

Q.8. - "Em relação aos serviços e infraestruturas, encontravam-se devidamente adaptados, por exemplo as casas de banho do parque da Senhora dos Verdes ou na praia de Mira?"

- **Grupo de Idosos:** *"Não podemos ir sozinhos, temos que ir sempre acompanhados, mas normalmente estão acessíveis e limpinhas. No caso do parque, o acesso às casas de banho é fácil, não há escadas, é ao nível do chão. E na Praia de Mira também já têm balneários. Há casas de banho mas não estavam preparadas para as cadeiras de rodas.."*

Q.9. - "Para além destes dois passeios que fazem, para onde costumam ir passear?"

- **Grupo de Idosos:** *"Vamos muitas vezes a Fátima com o centro de dia. Também já fomos a Lamego, a Aljustrel e a Braga visitar capelas e igrejas. Normalmente os nossos passeios são estes. Mas em Fátima já tivemos dificuldades. O espaço onde é permitido os autocarros estacionarem fica muito longe do Santuário e depois temos que caminhar muito. O que para muitos de nós é difícil."*

Q.10. - (Questão dirigida a um idoso em cadeira de rodas) "Costuma querer saber antes de viajar quais as condições do sítio onde vai visitar?"

- **Idoso em cadeira de rodas:** *"Se for um sítio que eu já conheça, tento-me lembrar das condições que tem. Mas se for um lugar novo, eu prefiro não ir. Muitos dos lugares não têm condições para a minha cadeira de rodas, e eu prefiro não arriscar."*

6.2 Análise dos resultados dos inquéritos

Neste ponto, analisa-se os resultados obtidos nos inquéritos, sendo que a apresentação dos mesmos encontra-se organizada conforme a estrutura dos inquéritos.

6.2.1 Análise das empresas

Após a análise das entrevistas exploratórias, caracterizam-se as 73 empresas inquiridas. O concelho mais representado é o de Aveiro, com 6 empresas inquiridas, seguido por Peniche, com 5 empresas inquiridas e Coimbra, Figueira da Foz, Leiria, Lousã, Sabugal, Sever do Vouga e Torres Vedras, com 3 empresas inquiridas cada. Das 73 empresas inquiridas, duas não identificaram a sua localização.

No quadro 5, pode-se verificar que a maioria das empresas inquiridas tem uma dimensão "micro" (menos de 10 funcionários e com um volume de negócio abaixo de 2 milhões de euros), com 72,6%, seguida pelas empresas pequenas (menos de 50 funcionários e com um volume de negócio abaixo de 10 milhões de euros) com 19,2%. As empresas médias (menos de 250 funcionários e com um volume de negócio abaixo de 50 milhões de euros), possuem uma percentagem de 6,8% dos inquiridos e, por fim, apenas uma empresa das 73 empresas inquiridas tem uma dimensão considerada "Grande" (mais de 250 funcionários e com um volume de negócio superior a 50 milhões de euros), representando 1,4%.

Quadro 5 - Classificação da empresa quanto à sua dimensão

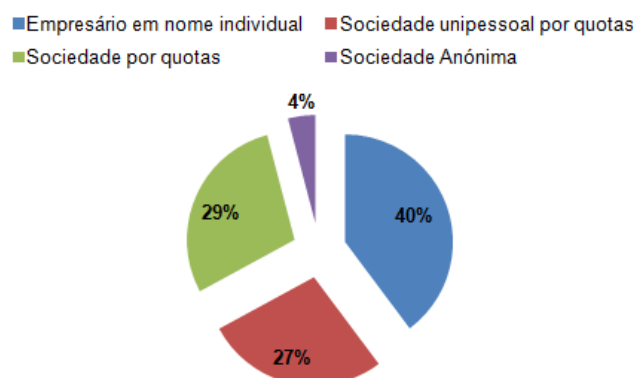
Tipo de Empresa	Frequência	%
Grande	1	1,4
Média	5	6,8
Micro	53	72,6
Pequena	14	19,2
Total	73	100,0

Fonte: Elaboração própria

No total dos inquiridos, 40% das empresas é classificada como "empresário em nome individual", 29% é uma "sociedade por quotas", 27% é uma sociedade unipessoal por quotas e apenas 4% é uma "sociedade anónima", como é possível verificar no gráfico 1. Ou

seja, a maioria são empresas micro e naturalmente isso reflete-se no facto de serem empresário em nome individual.

Gráfico 1 - Classificação da empresa quanto à sua forma jurídica



Fonte: Elaboração própria

Quanto ao tempo de atuação no mercado, grande parte das empresas inquiridas encontra-se no mercado há mais de 6 anos (30,1%). Cerca de 24,7% das organizações inquiridas encontram-se em funcionamento entre 1 e 3 anos, bem como entre 4 e 6 anos. Apenas 20,5% das empresas atua há menos de 1 ano (Quadro 6).

Quadro 6- Tempo de atuação no mercado

Tempo de atuação	Frequência	%
Menos de 1 ano	15	20,5
Entre 1 a 3 anos	18	24,7
Entre 4 e 6 anos	18	24,7
Mais de 6 anos	22	30,1
Total	73	100,0

Fonte: Elaboração própria

Analisando o quadro 7, mais de 80% das empresas inquiridas possui apenas entre 1 e 3 colaboradores. Cerca de 8% possui entre 4 e 8 colaboradores, 4,1% tem entre 9 e 12 e 6,8% tem mais de 12 funcionários. Este quadro vai ao encontro dos anteriores, onde se analisou que a maioria das empresas possui uma dimensão micro.

Quadro 7 - Número de colaboradores ao serviço

N.º colaboradores	Frequência	%
Entre 1 e 3	59	80,8
Entre 4 e 8	6	8,2
Entre 9 e 12	3	4,1
Mais de 12	5	6,8
Total	73	100,0

Fonte: Elaboração própria

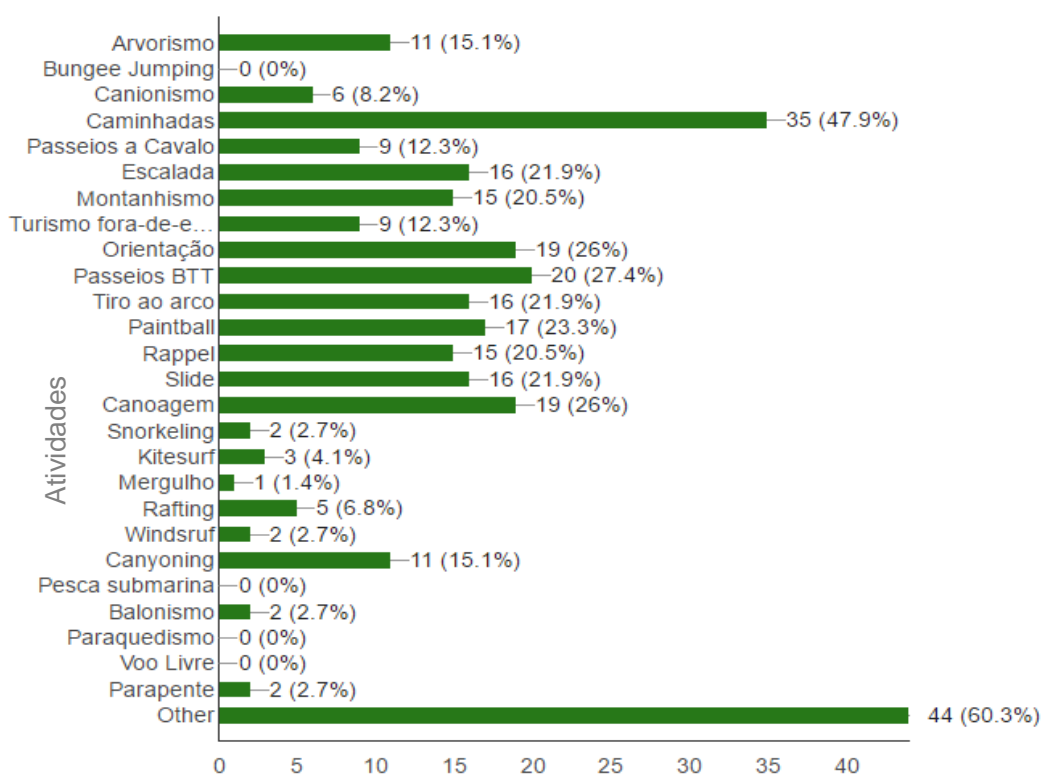
Quanto ao período de funcionamento semanal, 84,9% das empresas que responderam ao inquérito funcionam todos os dias da semana. As restantes 15,1% funcionam apenas em determinados dias durante a semana.

No que se refere ao período de funcionamento anual das empresas inquiridas, 84,9% funcionam durante todo o ano, à medida que as restantes empresas funcionam somente em determinados meses do ano. Analisando cada mês individualmente, os meses de janeiro e dezembro são os meses em que menos empresas funcionam, enquanto que os meses com mais empresas em funcionamento são os meses de julho e agosto.

6.2.2 Oferta de Atividades de Aventura

Procurou-se também saber quais as diferentes atividades de aventura oferecidas pelas organizações. Foram elencadas 26 atividades, resultantes dos dados obtidos através das entrevistas e através de pesquisas em vários sites da internet. Os resultados, apresentados no gráfico 2, evidenciam que das atividades elencadas, a atividade que a maioria das empresas possui é a "caminhada" (47,9%), seguida pelos passeios de BTT (27,4%), pelas atividades de orientação (26%) e canoagem (26%). As atividades de aventura que são menos oferecidas nas empresas da região Centro, e que nenhum dos inquiridos assinalou, são "bungee jumping", "pesca submarina", "paraquedismo" e "voo livre". Salienta-se ainda o número de respostas na opção "outra", não tendo sido, contudo, identificadas quais seriam essas outras atividades.

Gráfico 2 - Atividades de aventura oferecidas

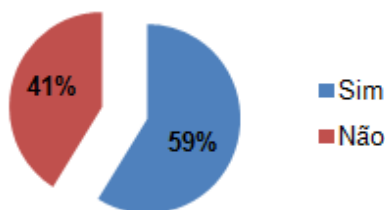


Fonte: Elaboração própria

6.2.3 Acessibilidade nas Empresas

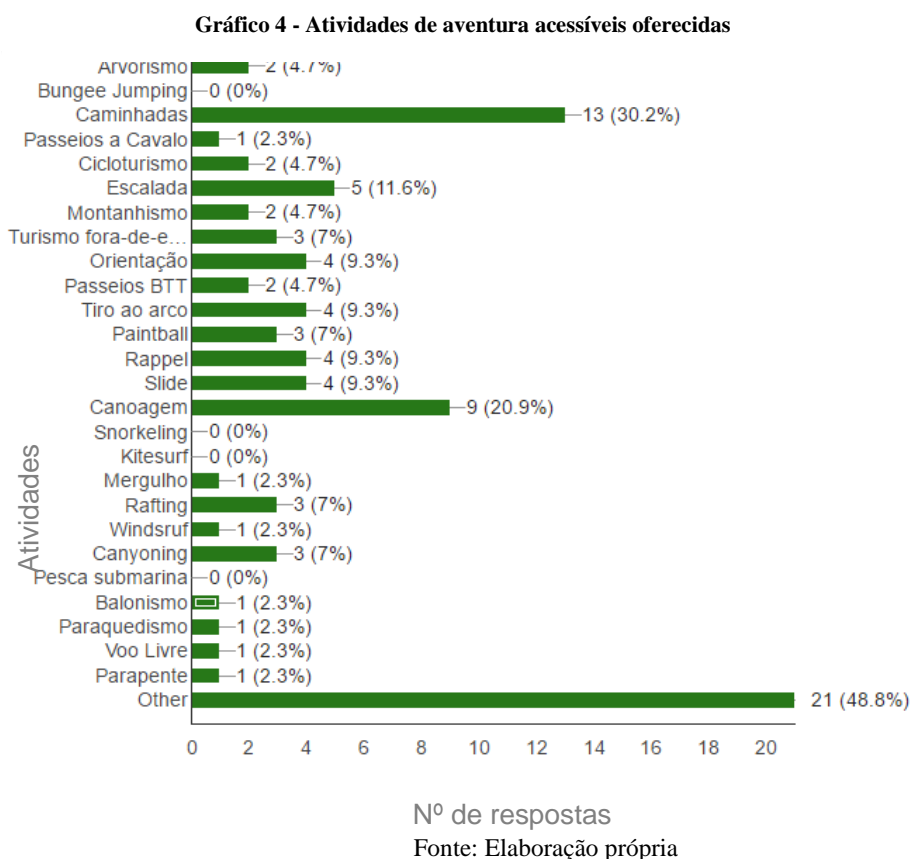
No que se refere ao número de empresas que possui atividades e/ou serviços acessíveis, podemos concluir pelo gráfico 3 que 59% das empresas inquiridas possui atividades e/ou serviços adaptados a pessoas portadoras de deficiência, enquanto 41% das empresas não possui nenhuma atividade e/ou serviço acessível.

Gráfico 3 - A empresa possui atividades/serviços acessíveis a pessoas portadoras de deficiência



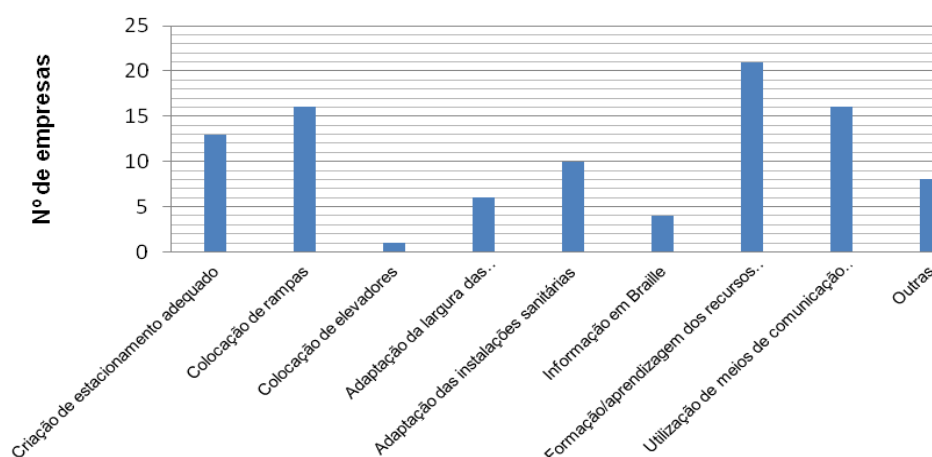
Fonte: Elaboração Própria

Tendo em conta as empresas que responderam "sim" à questão anterior, e segundo o gráfico 4, a atividade que a maioria das empresas adaptou aos indivíduos portadores de deficiência foi a caminhada (30,2%), seguida pela canoagem com 20,9%. Contudo, nem todas as atividades de aventura são de fácil adaptação. No gráfico abaixo verifica-se que as atividades de ar e água, exceto a canoagem, são as que as empresas menos adaptam a este público-alvo. Na opção "outras" não foram assinaladas as atividades.



Analisando o gráfico 5, que demonstra as medidas que as empresas acessíveis tomaram de modo a adaptar as suas infraestruturas a pessoas portadoras de deficiência, a medida mais adotada foi a formação e aprendizagem dos recursos humanos, seguida pela colocação de rampas. A medida menos tomada e, conseqüentemente, a mais dispendiosa, é a colocação de elevadores. Na opção "outras" não foram assinaladas nenhuma medidas.

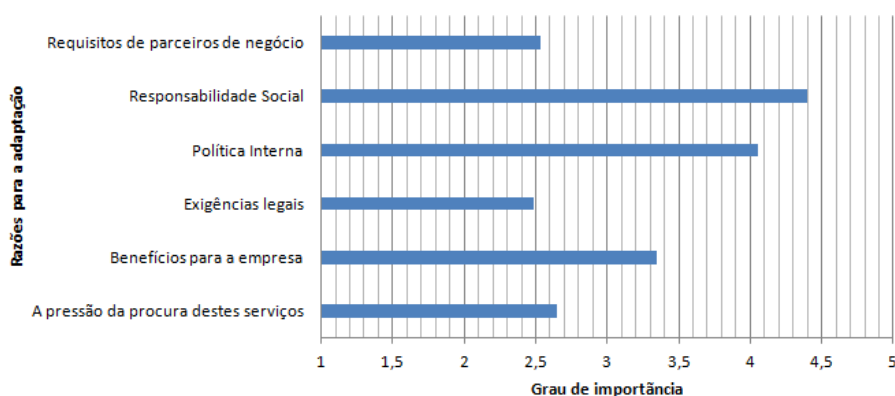
Gráfico 5 - Medidas para adaptar as infraestruturas



Fonte: Elaboração Própria

Observando o gráfico 6, e tendo em conta o grau de importância (1- Nada Importante a 5- Extremamente Importante), o aspeto que a maioria das empresas considera como o mais importante para a adaptação das suas atividades/serviços é a responsabilidade social, seguido pela política interna. As exigências legais são a razão com menos ponderação para as empresas.

Gráfico 6 - Razões para a adaptação das atividades e serviços ao turismo acessível

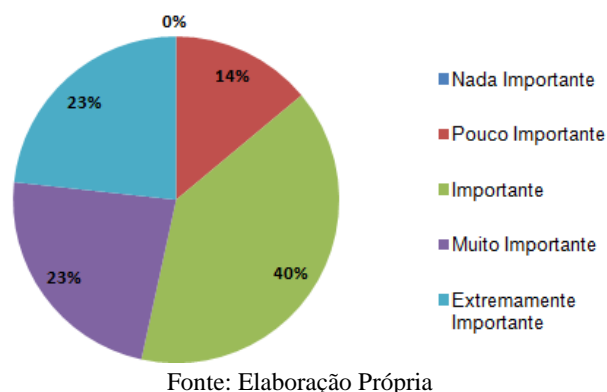


Fonte: Elaboração Própria

No que se refere ao grau de importância do Turismo Acessível para as empresas da região Centro, 40% considera a adaptação como um aspeto importante. Porém, 46% das empresas respondeu "Muito importante" ou "Extremamente Importante" (Gráfico 7). Nenhum dos inquiridos respondeu "Nada Importante", o que demonstra que, apesar de 14% ainda considerar o Turismo Acessível como tendo pouca importância, nenhuma das empresas atribui nenhuma importância a este aspeto. Isto evidencia que, apesar de ainda não ser

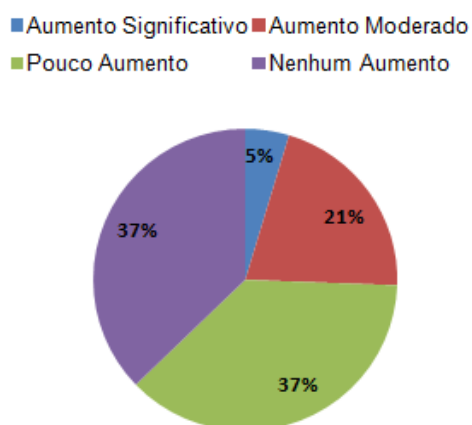
generalizado a todas as empresas, de uma forma ou outra, grande parte delas compreende a importância deste setor e a sua relevância no Turismo e nas atividades de lazer.

Gráfico 7 - Grau de importância do turismo acessível para as empresas



Tendo em conta as empresas que possuem atividades acessíveis, a maioria considera que houve pouco ou até nenhum aumento no número de praticantes das suas atividades. Apenas 21% das empresas registou um aumento moderado a significativo. O gráfico 8 permite concluir que a adaptação das atividades ao Turismo Acessível não implica um aumento significativo no número de praticantes.

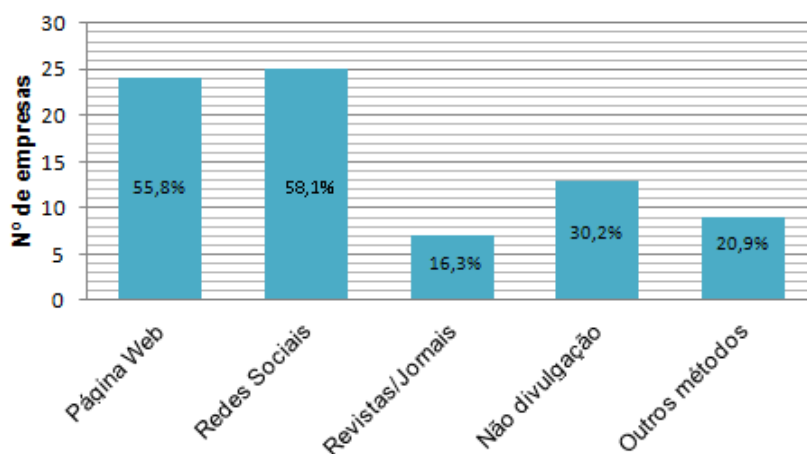
Gráfico 8 - Impactos na empresa após a adaptação das atividades de turismo acessível



Analisando os métodos utilizados pelas empresas para divulgar as suas atividades e serviços acessíveis (gráfico 9), o mais comum é a utilização das redes sociais (58,1%) e da página web da empresa (55,8%), à medida que o menos utilizado é a difusão utilizando as revistas e os jornais (16,3%). Porém, há muitas empresas que optam pela não divulgação das suas

atividades e serviços adaptados (30,2%). Na resposta "Outros métodos" não foram identificados nenhuns métodos.

Gráfico 9 - Métodos de divulgação das atividades/serviços adaptados



Fonte: Elaboração Própria

No que diz respeito às parcerias com associações de pessoas portadoras de deficiência, das empresas que possuem atividades acessíveis, 76,7% não possuem qualquer tipo de parceria. De entre as empresas que responderam que "sim", algumas mencionaram as seguintes associações como suas parceiras: IPSS Sever Do Vouga, ARCIL¹⁰, APPDA¹¹-Coimbra, ACAPO (delegação de Coimbra), IPSS, BRANDAIT e FENACERCI - CERCIP ENICHE¹².

Analisando o gráfico 10, e não considerando as respostas dadas pelas empresas que já possuem atividades/serviços acessíveis ("Não aplicável"), a razão mais apontada pelas empresas, para a não adaptação, é "a adaptação é complexa de implementar" com 17,2% das respostas, seguida pela "falta de informação/conhecimento sobre a acessibilidade" e "falta de ajudas/parcerias". As duas razões menos apontadas são a "falta de interesse" e "falta de oportunidade", com 3,1% das respostas cada. Na opção "outras" não foram assinalados outros motivos.

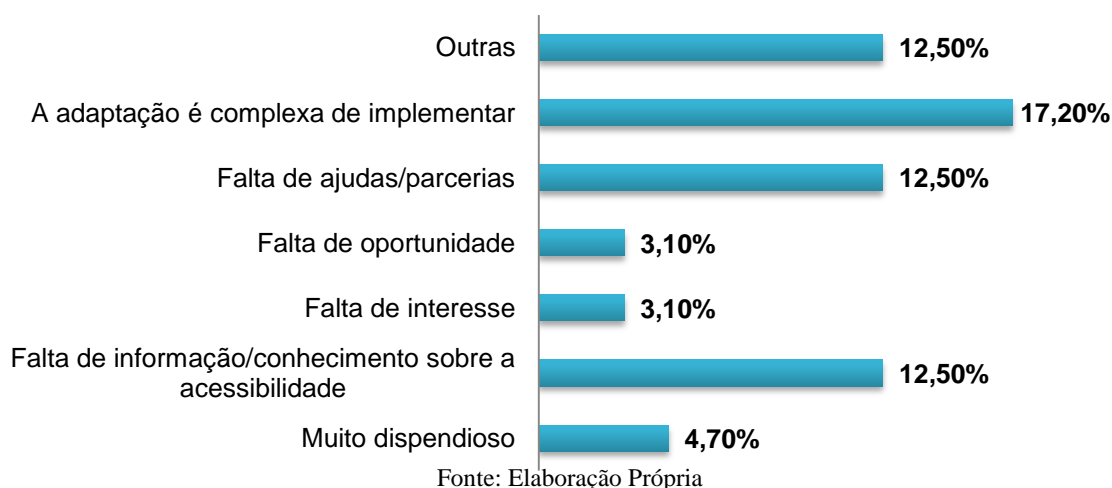
¹⁰ Associação Para A Recuperação De Cidadãos Inadaptados Da Lousã

¹¹ Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo

¹² Federação Nacional de Cooperativas de Solidariedade Social

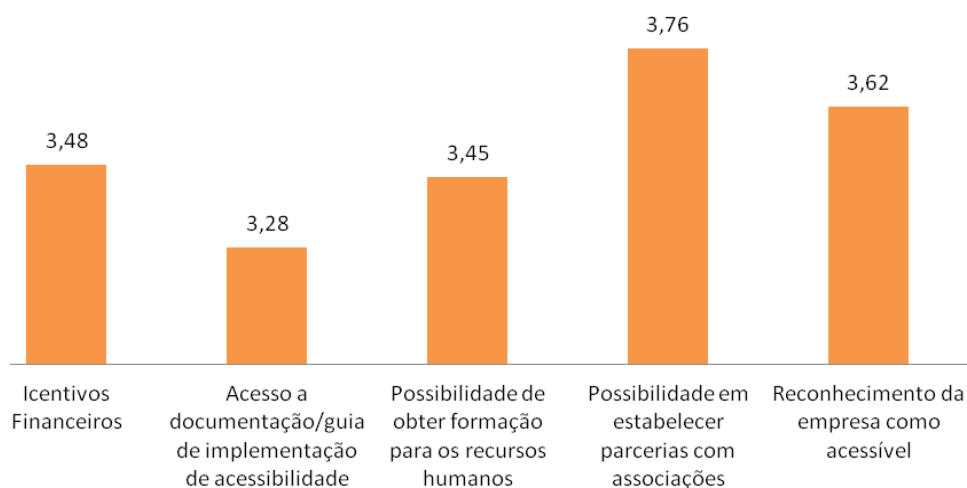
Este resultado reflete o parecer de Mota, Ferreira, Wada e Santos (2014) que, através do estudo realizado a parques de aventura no Município de Santos - Brasil, identifica que o motivo mais mencionado para a não adaptação das atividades de aventura é a falta de conhecimento dos próprios *stakeholders*, tanto sobre o conceito de acessibilidade como no aspecto legislativo. Os próprios referem que, caso possuíssem o devido conhecimento, teriam mais oportunidade para planejar e colocar em prática estratégias direcionadas a este público.

Gráfico 10 - Motivo para a não adaptação das atividades/serviços acessíveis



A análise seguinte procura observar que medidas poderão incentivar as empresas a implementarem/melhorarem a acessibilidade. Tendo em conta o grau de importância (1- Nada Importante a 5- Extremamente Importante), e analisando o gráfico 11, que se encontra apresentado com valores médios, conclui-se que a medida que as empresas consideram como sendo a mais importante é a possibilidade em estabelecer parcerias com associações, e a medida considerada como sendo a menos importante foi o "acesso a documentação/guia de implementação de acessibilidade".

Gráfico 11 - Medidas que poderão incentivar a empresa a implementar/melhorar a acessibilidade

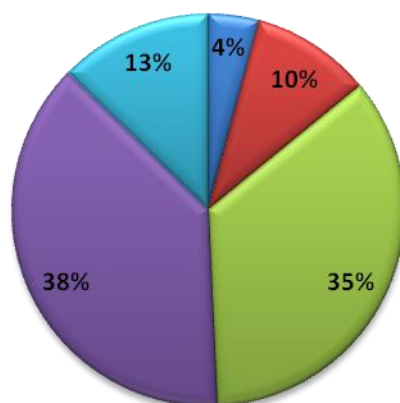


Fonte: Elaboração Própria

Por fim, analisando as respostas à questão "Qual o interesse, num futuro próximo, em adaptar/melhorar os serviços/atividades?" (gráfico 12), 13% dos inquiridos tem extremo interesse, 38% respondeu que tem muito interesse e 35% tem algum interesse, enquanto 10% tem pouco interesse em apostar na adaptação e 4% tem nenhum interesse.

Gráfico 12 - Interesse em adaptar/melhorar os serviços/atividades acessíveis

■ Nenhum ■ Pouco ■ Algum ■ Muito ■ Extremo



Fonte: Elaboração Própria

Cruzando as variáveis “tipo de empresa” com “possui atividades acessíveis”, e como se pode analisar pelo quadro 8, cerca de metade das empresas pequenas (57,1%) e micro (56,6%) possuem atividades acessíveis. À medida que, 80% das empresas médias já aposta

na adaptação e 10 das empresas grandes também. Isto demonstra que, as empresas micro e pequenas não têm dimensão suficiente para apostarem na adaptação das suas atividades e serviços a este público-alvo.

Quadro 8- Relação entre Dimensão da empresa e capacidade de adaptação das atividades

Tipo de empresa	Número de empresas/% Tipo de empresa/% Possui atividades acessíveis	Possui atividades acessíveis		Total
		Não	Sim	
Grande	Count	0	1	1
	% within Tipo de Empresa	0,0%	100,0%	100,0%
	% within Possui atividades acessíveis	0,0%	2,3%	1,4%
Média	Count	1	4	5
	% within Tipo de Empresa	20,0%	80,0%	100,0%
	% within Possui atividades acessíveis	3,3%	9,3%	6,8%
Micro	Count	23	30	53
	% within Tipo de Empresa	43,4%	56,6%	100,0%
	% within Possui atividades acessíveis	76,7%	69,8%	72,6%
Pequena	Count	6	8	14
	% within Tipo de Empresa	42,9%	57,1%	100,0%
	% within Possui atividades acessíveis	20,0%	18,6%	19,2%
Total	Count	30	43	73
	% within Tipo de Empresa	41,1%	58,9%	100,0%
	% within Possui atividades acessíveis	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração Própria

Os resultados aqui apresentados vão, de certa forma, ao encontro dos resultados obtidos nos estudos de Mota, Ferreira, Wada e Santos (2014), onde os autores comprovam que poucos destinos e empresas se encontram preparados para acolher turistas portadores de deficiência e contribuir para a sua inclusão. Contudo, e como referido anteriormente por Devile e Moura (2014), apesar de ainda existirem poucas empresas de Turismo de Aventura Acessível, de uma forma geral, assiste-se a um crescente interesse no Turismo Acessível em Portugal.

7. Conclusões

No presente capítulo são mencionadas as principais conclusões do estudo realizado, com base nas entrevistas exploratórias e nos resultados obtidos através dos inquéritos, anteriormente analisados. Serão também elencados os principais contributos da presente investigação, limitações e as recomendações para futuros estudos.

7.1 Principais conclusões da investigação

No que diz respeito à temática do Turismo de Aventura Acessível, importa salientar que em relação a esta pesquisa, é possível afirmar que existem poucos estudos dirigidos para este tipo de Turismo, podendo ser uma reflexão da falta de consciencialização para este tema. Contudo, e como já foi referido, em Portugal existem diversas entidades públicas e privadas exemplos de boas práticas nesta temática da acessibilidade e as empresas que ainda não apostaram na adaptação, possuem interesse em fazê-lo num futuro próximo.

Analisando as entrevistas exploratórias realizadas às empresas, conclui-se que as mesmas encontram-se sensibilizadas para a existência de pessoas com mobilidade reduzida com interesse na prática de atividades de aventura. Apesar de não possuírem um espaço definitivo com as infraestruturas devidamente adaptadas, quando se deparam com um grupo de pessoas em que haja pelo menos um indivíduo com mobilidade reduzida, procuram adaptar da melhor forma possível a atividade em questão. Ou seja, apesar dos recursos serem limitados e não ser possível, por enquanto, a adaptação das atividades e serviços a 100%, as empresas de Turismo de Aventura da região Centro procuram adaptar cada atividade tendo em conta o público-alvo em questão naquele momento.

Quanto às entrevistas realizadas às pessoas com mobilidade reduzida, a temática de Turismo Acessível ainda é muito discutível e a adaptação das atividades de lazer é mais complicada. Na sua opinião, têm noção que possivelmente não existe nenhuma estrutura de lazer, nomeadamente de Turismo de Aventura, construída de raiz a pensar neste segmento do mercado. Muitas empresas vão adaptando conforme se deparam com as necessidades da procura. No ponto de vista dos entrevistados, o Turismo de Aventura Acessível poderia ser melhorado, e ainda existe uma certa falta de consciencialização por parte das pessoas para a existência e aceitação deste público.

Um dos aspetos fundamentais para qualquer processo de adaptação de atividades/serviços turísticos é a sensibilização dos intervenientes: devem ser as próprias entidades e tomar a iniciativa de apostar na acessibilidade. Contudo, de notar que o baixo número de respostas obtidas aos inquéritos, dos 451 *e-mails* enviados apenas se obteve 73 respostas, poderá, eventualmente, indiciar um certo desapego por esta temática.

Após a análise dos inquéritos, conclui-se que pouco mais de metade (59%) das empresas inquiridas possui atividades e/ou serviços devidamente adaptados a pessoas portadoras de deficiência. A principal razão para a adaptação é pela responsabilidade social e não porque a adaptação implica um aumento no número de participantes, e consequente aumento nos ganhos financeiros da empresa. Este aspeto também foi analisado durante as entrevistas às empresas de Turismo de Aventura. Das três empresas analisadas, todas indicaram que quando adaptam as suas atividades não o fazem para aumentar as receitas da sua empresa. A adaptação é efetuada simplesmente para o participante de mobilidade reduzida poder usufruir da atividade juntamente com os restantes participantes. Outro aspeto mencionado pelas empresas é que, mesmo adaptando determinadas atividades, ainda existe a mentalidade que as pessoas portadoras de deficiência ou mobilidade reduzida não têm a capacidade e habilidade para participar em atividades de aventura. Porém, há uma percentagem considerável de empresas que optam pela não divulgação das suas atividades e serviços adaptados (30,2%). Este aspeto pode ser um dos fatores que contribui para que a adaptação não tenha consequências diretas no aumento das vendas, dado que o público-alvo pode não estar ciente da existência de atividades de aventura e serviços acessíveis.

Quanto às empresas sem atividades ou serviços adaptados, estas não apostam na acessibilidade porque o processo de adaptação é complexo e não possuem apoios ou parcerias nesse sentido. A grande maioria dos inquiridos respondeu que não possui qualquer tipo de parceria com associações de pessoas portadoras de deficiência. 12,5% das empresas inquiridas que não apostaram na adaptação, têm uma falta de conhecimento quanto ao conceito de acessibilidade.

Contudo, e de um modo geral, denota-se um interesse por parte das empresas em apostar na acessibilidade das suas atividades e serviços num futuro próximo. 40% dos inquiridos considerou a adaptação como um aspeto importante, 46% das empresas respondeu "Muito importante" ou "Extremamente Importante".

No fundo, é crucial aplicar o lema "Turismo para Todos" nas atividades de lazer. Os indivíduos portadores de mobilidade reduzida, seja ela deficiência física, mental ou mobilidade reduzida derivado da idade, todos têm o direito de usufruir e participar em atividades de Turismo de Aventura. Infelizmente, este é um tema ainda pouco aplicado neste ramo do Turismo. Contudo, de modo a que existam mais empresas preparadas para oferecer atividades acessíveis, é fundamental apostar na formação dos recursos humanos e na transmissão de informação adequada sobre a acessibilidade. A mudança de mentalidades, o incentivo e apoio às empresas na adaptação dos seus espaços são aspetos indispensáveis, dado que o processo de adaptação é considerado complexo.

As empresas de Turismo de Aventura na região Centro têm interesse em melhorar/implementar a acessibilidade nas suas infraestruturas e estão conscientes para a importância deste aspeto e que o público-alvo em questão está cada vez mais aberto a participar em atividades de aventura.

7.2 Principais contributos da investigação

Como já foi referido anteriormente, a acessibilidade aplicada às atividades de Turismo de Aventura ainda é uma temática muito pouco estudada a nível da investigação científica, pelo que se pretende, com esta investigação, contribuir para a evolução do conhecimento teórico desta matéria.

Do ponto de vista teórico, o presente estudo permitiu sistematizar e agrupar conceitos sobre a acessibilidade no Turismo de Aventura, algo ainda pouco analisado, bem como evidenciar casos de boas práticas em Portugal. Permite também sensibilizar as pessoas para a temática e a necessidade da oferta turística ser acessível a todos.

Em termos práticos, este estudo permitirá às empresas de Turismo de Aventura terem conhecimento sobre a acessibilidade, direcionada especificamente para a sua área de intervenção e, com isto, desenvolverem estratégias focadas para as necessidades dos indivíduos portadores de deficiência, que possuem interesse em praticar atividades de aventura.

Sendo que o presente estudo é pioneiro, tanto para a região Centro de Portugal como a nível nacional, o mesmo irá permitir às organizações, em particular de Turismo de Aventura, se posicionarem no mercado em espaços ainda não preenchidos, procurando atingir determinados nichos de mercado, porventura ainda pouco explorados.

Sendo a Turismo Centro a entidade responsável pela promoção da nossa região, a mesma poderá divulgar os resultados e conclusões do presente estudo, demonstrando que a região Centro já possui empresas de Aventura acessíveis.

Os resultados e conclusões desta investigação poderão ser utilizados como base de apoio para as empresas conhecerem a oferta da região onde atuam e que tipo de práticas estão a ser aplicadas pelas restantes empresas.

7.3 Limitações da investigação

À semelhança de qualquer outra investigação, o presente estudo também se deparou com algumas limitações que são consideradas de seguida.

Resultado da carência na literatura, uma vez que ainda há poucos estudos sobre a oferta no Turismo de Aventura Acessível, denotou-se alguma dificuldade em reunir diversas referências bibliográficas sobre este tema.

Outro obstáculo é a carência de investigação sobre os interesses e motivações de pessoas portadoras de mobilidade reduzida quanto à prática de atividades de aventura.

A nível da análise quantitativa, e como referido anteriormente, o número limitado de respostas obtidas ao inquérito *online*, poderá confinar o estudo em questão, bem como as respetivas conclusões.

Também as "mentalidades fechadas" da sociedade atual são um fator impeditivo de evolução e melhoria nesta questão da acessibilidade. Apesar de já ter havido evoluções, a sociedade ainda não se encontra preparada para a questão da acessibilidade. Muitos ainda consideram que, independentemente de existirem atividades e espaços de lazer, neste caso espaços de atividades de aventura, devidamente adaptadas para acolher indivíduos com

mobilidade reduzida, que as pessoas com deficiência não têm capacidades nem habilidades para participarem e usufruírem das mesmas.

7.4 Recomendações para futuros estudos

Dado que este estudo é pioneiro na análise da oferta no que diz respeito acessibilidade aplicada ao Turismo de Aventura, será importante levar a cabo mais estudos científicos sobre este tema.

Aconselha-se que sejam analisados um número mais extenso de empresas, e com isto, retirar-se conclusões mais abrangentes.

Outro aspeto a ter em conta no futuro será, a realização de mais estudos científicos direcionados para a procura. Ou seja, analisar o comportamento deste público-alvo enquanto turistas e as suas motivações. Isto contribuirá para a definição de estratégias mais precisas e focadas no público-alvo em questão.

É essencial levar a cabo mais ações de formação e workshops sobre Turismo Acessível e métodos de aplicação de acessibilidade nas empresas de atividades de Aventura, bem como ações dirigidas à procura que, desta forma fica a conhecer a oferta de Turismo de Aventura Acessível.

Bibliografia

- Andrade, P. (1993). Sociologia da viagem: O quotidiano e os seus inter-trajectos. *Revista Crítica de Ciências Sociais* 37 , 51-77.
- Anelli Júnior, L. & Munster, M. (1999). Esportes em integração com a natureza: uma experiência acadêmica. *Anuais do XI Encontro Nacional de Recreação e Lazer*.
- Ansarah, M. & Netto, A. (2010). A Segmentação dos Mercados como Objeto de Estudo do Turismo. *VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Barueri: Universidade Anhembi Morumbi.
- Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral (2006). *Manual para acompanhantes Desportivos, APPC*. Núcleo Regional do Centro (Portugal).
- Beedie, P. & Hudson, S (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research* 30 (3) , 625-643.
- Beni, M. (2003). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Brito, B. (2000). O Turista e o Viajante: Contributos para a conceptualização do Turismo alternativo e Responsável. *IV Congresso Português de Sociologia* .
- Buckley, R. (1998). Ecotourism Megatrends. *Australian International Business Review* , 52-54.
- Buckley, R. (2002b). Sustainable Development in Indo-Pacific Islands . II . Recreational Capacity Management and Case Study. *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (5) , 425-442.
- Buckley, R. (2010). *Adventure Tourism Management*. Elsevier. Oxford. United Kingdom.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism Management* , Vol. 33, Issue 4, August 2012, Pages 961–970
- Buhalis, D. E. (2005). Accessibility Market and Stakeholder Analysis. *OSSATE- One- -Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe*.
- Burnett, J. & Baker H. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer. *Journal of Travel Research* Vol.40 No1 , 4-11.
- Butler, R. (1990). Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse?. *Journal of Travel Research* 28, 40.
- Câmara Municipal da Lousã (s.d.). Lousã-Destino de Turismo Acessível. *Obtido em: http://www.cm-lousa.pt/turismo_acessivel?m=b83*
- Cavavo, C. (2009). Turismo Sénior: perfis e práticas. *COGITUR* , 33-64.
- Cavinato, J. & Cuckovich, M. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment. *Transportation Journal*. Vol. 31, No 3, 46-53.
- Christiansen, D. (1990). Adventure Tourism. In *Adventure Education*. State College PA: Venture Publishing , 433-441.
- Cohen, E. (1988a). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology* 13 (2), 179-201.

- Cohen, E. (1988b). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research* 15 (3), 371-386.
- Cohen, E. (1993). *Sociology of tourism, In Encyclopedia of hospitality & tourism*. New York Van Nostrand Reinhold: Khan M, Olsen M, Vant T (eds.).
- Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (2012). *Decreto Legislativo nº 186/2008 – Decreto nº 6.949/2009*. Brasília.
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. Alfragide: Editora de Mc Graw-Hill de Portugal Lda.
- Darcy, S. (2007). *Setting a Research agenda for accessible Tourism*. National Library of Australia Cataloguing in Publication Data.
- Devile, E. (2003). *Necessidades de informação turística para pessoas com mobilidade reduzida: o caso dos deficientes físicos*. Universidade de Aveiro: Tese de Mestrado.
- Devile, E. (2009). O desenvolvimento do Turismo Acessível: dos argumentos sociais aos argumentos de Mercado. *Revista Turismo & Desenvolvimento Nº11*, 39-46.
- Devile, E., Garcia, A., & Carvalho, F. (2010). *Turismo acessível: O caso do turismo para pessoas com mobilidade reduzida em Portugal Coimbra*.
- Devile, E., Kastenholz, E., & Santiago, R. (2010). *Análises e Estratégias do Turismo Acessível: Inibidores à participação das pessoas com deficiência nas actividades turísticas*. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 35-49). Mangualde: Edições Pedagogo.
- Devile, E., Jesus, F., Cruz, A., (2011). *O Desenvolvimento do Turismo acessível na Lousã: perspectivas dos agentes locais do setor do turismo*. Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies. Algarve.
- Devile, E. & Moura, A. (2014). Adventure Tourism for people with disabilities in Portugal: Opportunities and challenges. *Sport Tourism Conference 2014 - STC'14*. Coimbra.
- Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-04-12 16:39:42]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/aventura>
- Ewert, A. (1989). *Outdoor adventure pursuits: Foundation, models and theories*. New York: Publishing Horizons.
- Fennel, D. (2003). *Ecotourism: An Introduction*. London: Routledge.
- Fernandes, R. (1998). Esportes radicais: Referências para um estudo acadêmico. *Conexões: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, 1(1)*, 96-105.
- Ferreira, A. C. (2013). *Turismo Acessível: Oportunidades, Desenvolvimento e Desafios*. Estoril: Tese de Mestrado, ESTHE.
- Ferreira, C. (2001). *Perfil do Turismo Sénior em Portugal Estruturação e Geografia do Produto com base na sua Procura Internacional*. Investigação em Turismo, Ciclo de Debates: Livro de Actas, Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo.
- Fontes, A. & Monteiro, I. (2009). O projeto “Louçã, Destino de Turismo Acessível”: um estudo de caso da aplicação de uma abordagem sistémica ao Turismo Acessível. *Revista Turismo e Desenvolvimento (11/2009)*, 61-72.

- González, M., Vila, T. & García, A. (2006). *Turismo Sénior: Un segmento de mercado emergente senior tourism: An emerging market Segment*. Facultad de CCEE y Turismo - Universidade de Vigo.
- Hall, C. (1992). *Adventure, sport and health tourism*. London: Belhaven Press.
- Hall, C. & Weiler, B. (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven.
- Hossain, A., Bailey, G. & Lubulwa, M. (2003). Characteristics and travel patterns of older Australians: Impact of population ageing on tourism. *International Conference on Population Ageing and Health: Modelling our Future*. Canberra.
- Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism*. New York: Haworth Press.
- Instituto Nacional para a Reabilitação (2010). Turismo Acessível: lei, oportunidades económicas e Informação. Obtido de [file:///C:/Users/Rita/Downloads/Turismo_acessivel_em_Portuga_lei_oportunidades_economicas_informacao%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Rita/Downloads/Turismo_acessivel_em_Portuga_lei_oportunidades_economicas_informacao%20(4).pdf).
- Instituto Nacional para a Reabilitação (2016). Praia Acessível - Praia para Todos! Obtido de: <http://www.inr.pt/content/1/17/prai-a-accessivel-prai-a-para-todos>
- Israeli, A. (2002). A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors for Disabled Tourists. *Journal of Travel Research Vol. 41 No1* , 101-104.
- Jacobsen, J. (2001). Nomadic Tourism and Fleeting Place Encounters. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism 1* , 99-112.
- Jefferson, A. (1996). Prospects for tourism - a practitioner.s view. *Tourism Management 16 (2)* , 101-105.
- Johnson, B. R. & Edwards, T. (1994). The Commodification of mountaineering. *Annals of Tourism Research 21* , 459-478.
- Kastenholz, E. & Ladero, M. (2009). Turismo accesible como ejemplo de responsabilidad social en las empresas y destinos turísticos. El Caso de Lousã. *Rotur-Revista de Ocio y Turismo II*.
- Lima, S. & Partidário, M. (2002). *Novos turistas e a procura da sustentabilidade – um novo segmento de mercado turístico*. Lisboa: GEP Ministério da Economia.
- Loverseed, H. (1997). The adventure travel industry in North America. *Travel & Tourism Analyst 6* , 87-104.
- Manguele, E. & Roque, V. (2015). Turismo Acessível: o Caso de Estudo da Acessibilidade em Hotéis Portugueses. In *Inovação, Gestão e Educação em Turismo e Hotelaria* (pp. 115-123). IPGuarda.
- Moscardo, G. (2006). *Third-Age Tourism*. London: Butterworth-Heinemann: D. Buhais y C. Costa (eds.), *Tourism Business Frontiers*.
- Mota, A., Ferreira, A., Wada, M. & Santos, E. (2014). Turismo de Aventura Acessível. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review. 3 (1)*, Janeiro/Junho. 2014, 61-73
- Moura, A. & Kastenholz, E. (2010). *Accessible tourism management enhancing quality of life of people with disabilities*. University of Aveiro, Department of Economy, Management and Industrial Engineering.
- Neves, J. (2009). *Estudo das motivações Turísticas e do comportamento em Turismo dos seniores Portugueses no mercado Interno*. Inatel.

- Nunes, C. (2011). *Turismo Acessível: O caso da Lousã*. Faculdade de Letras - Universidade de Coimbra.
- Organização Mundial da Saúde (2004). *Classificação de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde*. Lisboa: CIF. Direção-Geral de Saúde.
- Organização Mundial de Turismo (2013). *Recomendações sobre Turismo Acessível para Todos*. OMT-Madrid.
- Organização Mundial de Turismo (2014). *Global Report on Adventure Tourism*. UNWTO - Madrid: AM Reports.
- Oxford Dictionary, The (s.d.). Obtido em 2013, de <http://oxforddictionaries.com/definition/english/adventure?q=adventure>.
- Peixoto, N. & Neumann, P. (2009). Factores de Sucesso e Propostas de Acções para implementar o "Turismo para Todos". Relevância Económico-social. *Revista Turismo & Desenvolvimento* 11, 147-154.
- Pereira, M. (2011). *Turismo Acessível para todos, O caso específico de Fátima*. Dissertação de mestrado em Gestão de Organizações Turísticas. Universidade do Algarve.
- Pires, P. (2002). *Dimensões do Ecoturismo*. São Paulo: Senac.
- Porto Editora (2015). Dicionário da Língua Portuguesa: Dicionário académicos. Obtido de <http://www.infopedia.pt/dicionarios/linguaportuguesa/mobilidade?express=mobilidade+reduzida>.
- Porto, P., Cardoso, E. & Silva, J.. (2014). O Potencial do Ecoturismo e do Turismo de Aventura no Município de Santa Maria-RS e seu Entorno. *Turismo em Análise, Vol. 25, Nº2*.
- Prates, J., & Garcia, A. (2009). Turismo Acessível em Portugal - O caso do turismo para pessoas com mobilidade reduzida. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 11, 171-179*.
- Priest, S. (1992). Factor Exploration and Confirmation for the Dimensions of an Adventure Experience. *Journal of Leisure Research* 24 , 127-139.
- ProAces. (2013). *Informações para pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida*. Pontifícia Universidade Católica de Campinas.
- Programa Operacional do Centro: Mais Centro 2007-2013. Mais Centro. http://www.qren.pt/np4/file/1605/1_PO_Centro_Reprograma_o_2011.pdf. Obtido em 26 de Abril de 2017.
- Projeto CECD2010 (2010). *Turismo Inclusivo-Oportunidades e desafios*. Manual do Formando.
- Ray, N. & Ryder M. (2003). Eibilities tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management, Vol. 24 , 57-72*.
- Richter, W. & Richter, L. (1999). Ethics Challenges: Health, Safety and Accessibility in International Travel and Tourism. *Public Personnel Managemente Vol. 28 No4 , 595-615*.
- Santos, M. (2008). *Estudo sobre o perfil do visitante de Fátima: Contributo para uma acção promocional em comum da rede COESIMA, CIID e Edições Afrontamento*. Fátima.
- Scace, R. (1993). *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. University of Waterloo: Waterloo: Heritage Resource Centre.

Schiffman, L. G.; & Sherman, E. (1991). Value orientations of New-Age elderly: The coming of an ageless market. *Journal of Business Research*, 22(2), 187-194

Shields, R. (1990). *Places on the margin*. London: Routledge.

Silva, F. (2014). *Turismo de aventura e asa delta: a relevância das emoções na percepção de qualidade da experiência turística*. Universidade Federal Fluminense : UFF Faculdade de Turismo de Hotelaria.

Silva, G. & Teles, R. (2014). Acessibilidade no Ecoturismo e Turismo de Aventura: atuação do poder público e privado. *Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, Vol. 7 Nº2* , 269-289.

Silva, J. (2010). *Estudo de Caso - Boas práticas no turismo acessível: O caso da Accessible Portugal*. In N. Abranja, A. Marques, F. Coelho & I. Carneiro (Eds.), *Turismo Acessível: Estudos e experiências* (pp. 257-273). Mangualde: Edições Pedagogo.

Smith, R. (1987). Leisure of disable tourists: Barriers to participation. *Annals of Tourism Research*, 14 (3) , 376-389.

Soares, A. (2012). *Turismo Acessível: O caso da oferta turística na cidade de Aveiro*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial - Universidade de Aveiro

Sorensen, L. (1993). The special-interest travel market. *The Cornell H.R.A. Quarterly* 34 , 24-30.

Sousa, B. & Simões, C. (2010). Comportamento e perfil do consumidor. *Revista de Estudos Politécnicos Vol VIII, nº14* , 137-146.

Sung, H. Y., Morrison, A. M., & O'Leary, J. T. (1997). Definitions of adventure travel: A conceptual framework for empirical application from the Providers' Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 1 (2) , 47-68.

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Pomfred, G. (2003). *Turismo de aventura: conceitos e estudos de caso*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Teles, P. (2014). *Turismo acessível: Da inclusão à competitividade*. Turismo do Porto e Norte de Portugal.

The George Washington University (2010). *Adventure Tourism, Market Report*. Washington: The Adventure Travel Trade.

Trauer, B. (1999). *Conceptualising Adventure Tourism and Travel Placed in the Australian Context. Unpublished paper, University of Lancaster, UK* .

Trauner, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism – framework for analysis. *Tourism Management* 27 (2) , 183-200.

Turismo Centro de Portugal (2017). Site oficial. <http://turismodocentro.pt/regioes/>. Obtido em 26 de Abril de 2017.

Turismo de Portugal (s.d.). <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinnovacao1/Pages/turismoacessivel.aspx> . Obtido em 22 de Fevereiro de 2016

Urry, J. (2002). *The tourist gaze (2ª ed.)*. London: Sage.

Walle, A. (1997). Pursuing Risk or Insight: Marketing Adventures. *Annals of Tourism Research* 24 , 265-282.

- Weaver, D. & Oppermann, M. (2000). *Tourism Management*. John Wiley & Sons Australia.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research* 28 , 360-377.
- Websters, M. (s.d.). Obtido em 13 de Maio de 2013, de <http://www.merriam-webster.com/dictionary/adventure?show=0&t=1368475477>.
- Yau, M., McKercher B., & Packer T. (2004)- Travelling with a Disability – More than an Access Issue. *Annals of Tourism Research* 31(4):946-960
- Zajadacz, A. (2015). Evolution of models of disability as a basis for further policy changes in accessible tourism. *Journal of Tourism Futures, Vol. 1 Issue 3* , 189-202.
- Zurick, D. (1992). *Adventure Travel and Sustainable Tourism in the Peripheral Economy of Nepal*. Eastern Kentucky University, Richmond: Department of Geography and Planning.

Anexos

ANEXO 1 - PEDIDO DE ENTREVISTA

Boa Tarde,

Meu nome é Rita Lopes e sou aluna do 2º ano de mestrado em Gestão Turística pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu. Estou neste momento a desenvolver a minha dissertação intitulada de “Turismo de Aventura Acessível: Análise da Região Centro de Portugal”, com o objectivo de estudar se as empresas de turismo de aventura da nossa região estão consciencializadas para a existência e importância do segmento de turismo acessível.

Nesta fase, estou a desenvolver entrevistas a diversas empresas de turismo de aventura da região de modo a analisar se as atividades e serviços das empresas da região se encontram preparadas para receber este segmento.

Neste sentido, gostaria de solicitar a vossa colaboração e agendar convosco uma entrevista.

Grata pela vossa atenção e colaboração neste projeto.

Fico a aguardar feedback.

Com os melhores cumprimentos,

Rita Lopes

ANEXO 2 - BREVE APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Cankay Aventura

A empresa Cankay Actividades de Animação Turística, Unipessoal, Lda., tem por objetivo fundamental promover atividades de turismo ativo e aventura, proporcionando momentos de interação com gentes, locais e costumes da região. A área de intervenção situa-se predominantemente na Região de Turismo Dão – Lafões, onde está sediada.

A empresa visa atingir os seguintes segmentos de mercado:

Empresas – Formação Outdoor, com o intuito de, em colaboração com as empresas, promover jogos de equipa, de dinâmica de grupos e de estratégia, no sentido de premiar os seus colaboradores e desenvolver o espírito de grupo.

Particulares: nacionais e estrangeiros - com o objetivo de proporcionar momentos de divertimento, conjugando a prática das atividades de turismo ativo e de aventura, com um acréscimo de conhecimentos das realidades locais, recorrendo a técnicos especializados e/ou às entidades oficiais promotoras do turismo local.

Estabelecimentos de Ensino, Escolas, Universidades, Associações, etc. - No sentido de promover a prática de desportos de aventura.

Câmaras Municipais e outras entidades oficiais - promovendo a realização de eventos desportivos e desenvolver projetos no âmbito do desporto aventura.

A Cankay Aventura possui técnicos credenciados com conhecimentos específicos exigidos para o exercício das diferentes atividades, garantindo elevados padrões de segurança.

Rege-se pelo princípio do cumprimento das normas de preservação e proteção da natureza e o respeito pelo meio ambiente.¹³

¹³ <http://www.cankayaventura.com/empresa.htm>

Sportnatura

A Sportnatura, empresa de animação turística e de turismo de Natureza, sediada em plena Serra do Caramulo, foi pensada e criada por um grupo de pessoas que adora a Natureza, gosta de vencer desafios e que possui o know-how necessário para partilhar consigo sensações e emoções únicas e irrepetíveis.

A sua equipa é composta por técnicos especializados na área da animação em turismo de Natureza, que procura maximizar o potencial dos seus colaboradores promovendo equipas de sucesso, motivadas que procuram um objetivo comum.

Procuram proteger o ambiente, minimizando o impactos das atividades que realizam sobre a Natureza.¹⁴

Bioparque de Carvalhais

O Bioparque é um lugar onde o repouso e tranquilidade abundam, associados a uma vegetação magnífica em comunhão com uma grande variedade de espécies e plantas, desfrutadas através dos seus percursos pedestres. A simpatia da sua equipa, estruturada a pensar na qualidade dos seus serviços e no apoio em qualquer situação, permitir-lhe-á grandes momentos de divertimento, lazer e descontração. Viver a Montanha no seu pleno, é possível neste nosso espaço, através dos nossos alojamentos nos nossos Bungalows, Casa de Montanha e na Zona de Acampamento. O prazer das frescas águas da Serra da Arada, está ao dispor nas nossas piscinas, os sabores no nosso bar, a prática de alguns desportos nos nossos campos de voleibol e futebol; bem como, toda uma serie de atividades de aventura que lhe permitirão ser um “rebelde” amante da adrenalina.

O Bioparque proporciona diversas atividades de aventura, nomeadamente, arvorismo, pista de obstáculos, slide, rappel, escalada, torre de escalada, passeios BTT, tiro com arco e canoagem.¹⁵

¹⁴ <https://www.sportnatura.pt/quem-somos>

¹⁵ <http://www.bioparque.org/bioparque.asp>

ANEXO 3 - GUIÃO DE ENTREVISTAS ÀS EMPRESAS

- 1-** A vossa empresa encontra-se adaptada às pessoas portadoras de deficiência? (Se sim passar para a questão seguinte, se não passar para a questão 11)
- 2-** Se sim, que tipo de atividades e quais os serviços que estão adaptadas e como?
- 3-** Quais as preocupações existentes na formação dos vossos recursos humanos? Algum dos colaboradores fez ou está a fazer alguma formação relacionada com Turismo Acessível?
- 4-** Houve algum aumento nas visitas desde que foi implementado atividades e serviços acessíveis?
- 5 -** Possuem dados estatísticos sobre o número de turistas portadores de deficiência que procuram a vossa empresa/atividades?
- 6-** Através de que meio de informação os vossos clientes vos procuram? (Internet, telefone, presencialmente...)
- 7-** Possuem informação adequada sobre as atividades e serviços acessíveis no vosso website?
- 8-** Quando usufruem dos vossos serviços, os clientes tendem a ir sozinhos ou acompanhados? Se acompanhados, por quem? (amigos, familiares, técnicos, outros indivíduos portadores de deficiência)
- 9-** Possuem parcerias com as associações de deficiência? Se sim, que entidades são?
- 10-** Que tipo de vantagens crê que a acessibilidade trouxe para a vossa empresa?
- 11-** Se respondeu não à pergunta nº1, qual o motivo para a não implementação de acessibilidade?
- 12 -** Pretendem apostar neste segmento num futuro próximo?

ANEXO 4 - GUIÃO DE ENTREVISTAS ÀS PESSOAS

- 1-** Costuma praticar atividades de turismo de aventura?
- 2-** Que tipo de atividades pratica?
- 3-** Com que frequência pratica atividades de aventura?
- 4-** Onde é que já praticou?
- 5-** Quando pratica, costuma ir sozinho ou acompanhado?
- 6-** Através de que fonte de informação descobriu a existência da empresa e das atividades por eles oferecidas?
- 7-** Encontrou dificuldades/barreiras durante a prática da atividade? Se sim quais?
- 8-** Em relação aos serviços e infraestruturas, encontravam-se devidamente adaptadas?
- 9-** Relativamente aos profissionais de turismo, na sua opinião, estavam devidamente formados e preparados para o público alvo?
- 10-** Qual é a sua opinião sobre o turismo de aventura acessível em Portugal?
- 11-** Qual a razão pela qual não pratica?
- 12-** Pretende praticar alguma atividade nos próximos tempos?
- 13-** Na sua opinião, as empresas encontram-se consciencializadas e preparadas para receber o segmento do turismo acessível? Se não, o que falta para se tornarem acessíveis?
- 14-** Qual é a sua opinião sobre o turismo de aventura acessível em Portugal?

ANEXO 5- QUESTIONÁRIO

Turismo de Aventura Acessível

Este questionário é parte integrante de uma tese de Mestrado em Gestão Turística da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu sobre "TURISMO DE AVENTURA ACESSÍVEL". Pedimos-lhe para colaborar connosco, preenchendo este inquérito durante cerca de 10 minutos. Os dados são exclusivamente para uso científico e são estritamente confidenciais.

*Required

1. **Em que concelho está localizada a sua empresa? ***

2. **Classifique a empresa quanto à sua dimensão. ***

Mark only one oval.

- Micro
- Pequena
- Média
- Grande

3. **Classifique a empresa quanto à sua forma jurídica. ***

Mark only one oval.

- Empresário em nome individual
- Sociedade unipessoal por quotas
- Sociedade por quotas
- Sociedade Anónima

4. **Qual o tempo de atuação no mercado? ***

Mark only one oval.

- < 1 ano
- Entre 1 a 3 anos
- Entre 4 e 6 anos
- > 6 anos

5. **Quantos funcionários tem a empresa? ***

Mark only one oval.

- Entre 1 e 3
- Entre 4 e 8
- Entre 9 e 12
- Mais de 12

6. Qual o período de funcionamento semanal da sua empresa? *

Tick all that apply.

- Segunda
- Terça
- Quarta
- Quinta
- Sexta
- Sábado
- Domingo
- Todos os dias

7. Qual o período de funcionamento anual da sua empresa? *

Tick all that apply.

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro
- Todo o ano

8. Quais as atividades de aventura oferecidas? (Assinale as várias opções) *

Tick all that apply.

- Arvorismo
- Bungee Jumping
- Canionismo
- Caminhadas
- Passeios a Cavalo
- Escalada
- Montanhismo
- Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugies
- Orientação
- Passeios BTT
- Tiro ao arco
- Paintball
- Rappel
- Slide
- Canoagem
- Snorkeling
- Kitesurf
- Mergulho
- Rafting
- Windsurf
- Canyoning
- Pesca submarina
- Balonismo
- Paraquedismo
- Voo Livre
- Parapente
- Other: _____

9. A sua empresa oferece serviços/atividades acessíveis a pessoas portadoras de mobilidade reduzida (motora, auditiva, visual, mental, turismo sénior)? *

Mark only one oval.

- Sim *Skip to question 10.*
- Não *Skip to question 18.*

10. Quais as atividades de aventura acessíveis oferecidas? (Assinale as várias opções) *

Tick all that apply.

- Arvorismo
- Bungee Jumping
- Caminhadas
- Passeios a Cavalo
- Cicloturismo
- Escalada
- Montanhismo
- Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugies
- Orientação
- Passeios BTT
- Tiro ao arco
- Paintball
- Rappel
- Slide
- Canoagem
- Snorkeling
- Kitesurf
- Mergulho
- Rafting
- Windsurf
- Canyoning
- Pesca submarina
- Balonismo
- Paraquedismo
- Voo Livre
- Parapente
- Other: _____

11. Nos locais onde são praticadas as atividades, que medidas foram tomadas para tornar as infraestruturas acessíveis? *

Tick all that apply.

- Criação de estacionamento adequado
- Colocação de rampas
- Colocação de elevadores
- Adaptação da largura das portas/corredores
- Adaptação das instalações sanitárias
- Informação em Braille
- Formação/aprendizagem dos recursos humanos
- Utilização de meios de comunicação alternativos
- Other: _____

12. Quais as razões para a adaptação das vossas atividades e serviços ao turismo acessível? (1-Nada Importante a 5-Extremamente Importante) *

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4	5
A pressão da procura destes serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Benefícios para a empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exigências legais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Política Interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsabilidade social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Requisitos de parceiros de negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Assinale a importância do turismo acessível para a sua empresa? *

Mark only one oval.

- Nada Importante
 Pouco Importante
 Importante
 Muito Importante
 Extremamente Importante

14. Que impactos é que houve na sua empresa após a adaptação? *

Mark only one oval.

- Aumento significativo no número de praticantes
 Aumento moderado no número de praticantes
 Pouco aumento no número de praticantes
 Nenhum aumento no número de praticantes

15. Como é efetuada a divulgação dos vossos produtos/serviços adaptados? *

Tick all that apply.

- Página Web
 Redes Sociais
 Revistas/Jornais
 Não divulgação
 Other: _____

16. Possui parcerias com associações de pessoas portadoras de deficiência? *

Mark only one oval.

- Sim
 Não

17. Se sim, quais?

18. No caso de não possuir atividades/serviços adaptados, quais são os motivos? (caso a sua empresa tenha atividades adaptadas deve assinalar a opção "Não aplicável")

Tick all that apply.

20. Qual o interesse, num futuro próximo, em adaptar/melhorar os serviços/atividades?

Mark only one oval.

- Nenhum
 Pouco
 Algum
 Muito
 Extremo

19. Quais das seguintes medidas poderá incentivar a sua empresa a implementar/melhorar a acessibilidade? (1-Nada Importante a 5-Extremamente Importante)

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4	5
Incentivos Financeiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso a documentos/guia de implementação de acessibilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de obter formação para os recursos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade em estabelecer parcerias com associações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reconhecimento da empresa como acessível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

