

Michela Cristiane França Goulart

**GESTÃO DE DESIGN NA HOTELARIA COM FOCO NA
ACESSIBILIDADE**

Dissertação submetida ao Programa de Pós Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Design. Orientador: Prof. Dr. Eugenio Andrés Díaz Merino.

Coorientadora: Prof. Dra. Giselle Schmidt Alves Díaz Merino.

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Goulart , Michela Cristiane França
Gestão de Design na hotelaria com foco na
acessibilidade / Michela Cristiane França Goulart ;
orientador, Eugenio Andrés Díaz Merino ; coorientadora,
Giselle Schmidt Alves Díaz Merino. - Florianópolis, SC,
2015.
124 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Design e Expressão Gráfica.

Inclui referências

1. Design e Expressão Gráfica. 2. Gestão de Design. 3.
Hotelaria. 4. Acessibilidade. 5. Design. I. Merino,
Eugenio Andrés Díaz . II. Merino, Giselle Schmidt Alves Díaz
. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de
Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica. IV. Título.

Michela Cristiane França Goulart

GESTÃO DE DESIGN NA HOTELARIA COM FOCO NA ACESSIBILIDADE

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Design”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós Graduação em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 17 de junho de 2015.

Prof. Milton Luiz Horn Vieira, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Eugenio Andrés Díaz
Merino, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa
Catarina

Prof.^a Giselle Schmidt Alves
Díaz Merino, Dra.
Corientadora
Universidade Federal de Santa
Catarina

Prof. Flávio Anthero Nunes
Vianna dos Santos, Dr.
Universidade do Estado de Santa
Catarina

Prof. Vilson Batista, Dr.
Universidade Federal do Rio
Grande do Sul

Este trabalho é dedicado ao Roger e a Manoela pelo apoio e confiança incondicionais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), ao Programa de Pós-Graduação em Design (Pós Design) e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) por oportunizarem a realização deste mestrado.

Ao meu orientador Prof. Eugenio Merino por partilhar seus conhecimentos, tempo e experiência na condução deste trabalho.

A minha orientadora Prof.^a Giselle Merino pelo apoio, paciência e didática que me fizeram compreender os caminhos da pesquisa científica.

Aos professores do Pós Design UFSC.

Aos professores Carlos Aparecido Fernandes e Vilson João Batista pelas palavras de incentivo e sabedoria.

A Jordelina Schier, Coordenadora Núcleo de Estudos da Terceira Idade da UFSC pela acolhida no grupo e disposição em ajudar na pesquisa.

A Irina Lopes pela amizade e correções na pesquisa.

Aos colegas de curso e do NGD-UFSC pelo companheirismo e bons momentos de descontração.

Aos meus pais que fizeram arranjos para que eu pudesse me dedicar aos estudos.

A todos os não mencionados, mas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização desta pesquisa.

*“Un buen diseño capacita, un mal diseño
discapacita”.*
(Declaración de Estocolmo, 9 de mayo de 2004)

RESUMO

O número de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida no Brasil, nas quais se incluem as pessoas idosas, traz a urgência de iniciativas que considerem a acessibilidade plena para todos. Assim, a pesquisa tem como objetivo identificar ações da Gestão de Design nos três níveis de atuação- estratégico, tático e operacional que possam contribuir com a acessibilidade na hotelaria. Para tanto, foram realizadas Pesquisas bibliográficas e documentais a fim de embasar os conceitos de Hotelaria, de Acessibilidade e de Gestão de Design possibilitando um panorama da acessibilidade na hotelaria. Nesse ínterim, temas correlatos da pesquisa foram aprofundados; incluindo estudos sobre o turismo e sua segmentação, os dispositivos legais no setor hoteleiro, as necessidades das pessoas com deficiência e a acessibilidade na hotelaria. Com base nas pesquisas foram levantadas as principais atividades do usuário no hotel durante as três etapas de hospedagem (pré-hospedagem, hospedagem e pós-hospedagem) e atreladas com pontos de contato entre o usuário e o hotel, nos quais o design está inserido. A partir disso foi gerado um quadro no qual as Normas de acessibilidade foram relacionadas com as habilitações do design, possibilitando assim identificar as possibilidades de atuação do design com foco na acessibilidade. Assim, foram exemplificadas ações da Gestão de Design nos níveis estratégico, tático e operacional para melhora da acessibilidade na hotelaria e o sucesso organizacional. A exemplo de tais ações no nível estratégico, o design poderá ser utilizado como catalisador para alterar o âmbito e direção da organização introduzindo conceitos como o Turismo para todos. No nível tático, o design poderá ser usado como um gerador de conceitos diferenciadores e serviços únicos considerando as necessidades das pessoas com deficiência e os objetivos do negócio. No nível operacional, o gestor de design poderá se concentrar na eficiência e eficácia da própria equipe de design assegurando que as questões de segurança e acessibilidade estejam sendo consideradas adequadamente nos projetos realizados.

Palavras-chave: Hotelaria. Gestão de Design. Acessibilidade.

ABSTRACT

The number of people with disabilities and reduced mobility in Brazil, which include the elderly, brings the urgency of initiatives to consider the full accessibility for all. This research aims to identify actions of Design Management at the three performance levels- strategic, tactical and operational that can contribute to accessibility in hotels. Therefore, there were bibliographical and documentary research in order to ground the hospitality concepts of accessibility and Design Management in order to enable an overview of accessibility in hotels. In the interim, related research topics were deepened; including studies on tourism and its segmentation, the legal requirements in the hotel industry, the needs of people with disabilities and accessibility in hotels. On the basis of research were raised the major users activities at the hotel during the three hosting stages (pre-hosting, hosting and post-hosting) and linked with points of contact between the user and the hotel in which Design is inserted. From this a framework was generated in which accessibility Norms were related to the Design qualifications, making it possible to identify the possibilities of Design actions focusing on accessibility. Thus, Design Management actions were exemplified under strategic, tactical and operational levels to improve accessibility in hotels and organizational success. As an example of such actions at the strategic level, the Design may be used as catalyst to change the scope and direction of the organization introducing concepts such as tourism for all. At the tactical level, the Design can be used as a generator of differentiating concepts and unique services considering the needs of disabled people and the business objectives. At the operational level, the Design manager can focus on the efficiency and effectiveness of the design team ensuring that the safety and accessibility issues are adequately considered in the projects undertaken.

Keywords: Design management. Hospitality. Accessibility.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- O impacto da acessibilidade.....	28
Figura 2- Classificação da pesquisa.....	32
Figura 3- Fases da pesquisa.....	33
Figura 4- Alinhamento entre os temas de pesquisa.....	34
Figura 5- Fase I da pesquisa.....	36
Figura 6- Participação do turismo na economia brasileira (em U\$S bilhões)....	37
Figura 7- Classificação dos meios de hospedagem.....	38
Figura 8- Outras classificações de meios de hospedagem.....	39
Figura 9- Categoria dos meios de hospedagem.....	40
Figura 10- Segmentação do turismo.....	45
Figura 11- Tipos acessibilidade.....	47
Figura 12- Prevalência dos diferentes tipos de deficiências.....	51
Figura 13- Prevalência das deficiências severas.....	52
Figura 14- <i>Ranking</i> de importância.....	57
Figura 15- Símbolo internacional de acesso.....	59
Figura 16- Selo de acessibilidade e inclusão ABIH-SP.....	60
Figura 17- Banheiro adaptado para pessoas com deficiência.....	61
Figura 18- Piscina adaptada.....	62
Figura 19- Logotipo do Consórcio <i>Changing Places</i>	66
Figura 20- Tipologia do design segundo as dimensões da forma.....	67
Figura 21- Aplicação do design segundo as habilitações.....	68
Figura 22- Níveis de atuação da Gestão de Design.....	75
Figura 23- Avaliação da jornada do cliente.....	77
Figura 24- Pontos de contato entre o usuário e o hotel.....	78
Figura 25- Fase II da pesquisa.....	79
Figura 26- Etapas do desenvolvimento.....	80
Figura 27- Processo de desenvolvimento da Etapa 1.....	81
Figura 28- Atividades na hospedagem.....	83
Figura 29- Representação da dimensão acesso.....	84
Figura 30- Representação da dimensão circulação.....	84
Figura 31- Representação da dimensão comunicação.....	85
Figura 32- Representação da dimensão utilização.....	86
Figura 33- Fluxograma das etapas de hospedagem, atividades, pontos de contato e dimensões básicas.....	88
Figura 34- Aplicação das habilitações do design durante as etapas de hospedagem.....	90
Figura 35- Proporção dos subitens na NBR 9050:2004.....	91
Figura 36- Relação entre os itens de acessibilidade e as habilitações do design.....	93
Figura 37- Exemplificação da relação entre a NBR9050:2004 e habilitação do design.....	94
Figura 38- Aspectos da Gestão de Design no nível estratégico.....	96

Figura 39- Como a gestão de design pode contribuir com a acessibilidade na hotelaria no nível estratégico?	98
Figura 40- Análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.....	101
Figura 41- Ações da Gestão de Design no nível tático	103
Figura 42- Gestão de Design no nível operacional	105

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Quadro síntese da revisão da literatura.....	29
Quadro 2- Itens de acessibilidade avaliados pela <i>DisableGo</i>	63
Quadro 3- Gestão de Design: nível estratégico.....	72
Quadro 4- Gestão de Design: nível tático.....	73
Quadro 5- Gestão de Design: nível operacional	74
Quadro 6- Atividades, dimensão da acessibilidade e ponto de contato nas etapas de hospedagem	87

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Motivo da viagem a Santa Catarina no período de janeiro a março de 2010.....	42
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABIH- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABIH SP- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de São Paulo
BDTD- Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
BNDE- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAPES- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
DMI- *Design Management Institute*
FIESC- Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICSID- *International Council of Societies of Industrial Design*
MTur- Ministério do Turismo
ONU- Organização das Nações Unidas
OMS- Organização Mundial da Saúde
PIB- Produto Interno Bruto
SBCLASS- Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem.
UH- Unidade Habitacional
UNWTO- *World Tourism Organization*

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	25
1.1	OBJETIVOS	26
1.1.1.	Objetivo Geral	26
1.1.2	Objetivos Específicos	26
1.2.	JUSTIFICATIVA	27
1.3.	METODOLOGIA GERAL DA PESQUISA	31
1.4.	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	33
1.5.	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	34
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	36
2.1.	A HOTELARIA	36
2.1.1.	A hotelaria no contexto do turismo	36
2.1.2.	Dados da hotelaria: panorama catarinense	41
2.1.3.	Principais órgãos oficiais de turismo	43
2.1.4.	Segmentação do mercado turístico	43
2.2.	ACESSIBILIDADE	47
2.2.1.	Conceituando acessibilidade	47
2.2.2.	Acessibilidade e pessoas com deficiência	48
2.2.3.	Acessibilidade e Legislação	53
2.2.4.	Acessibilidade no turismo	55
2.2.5.	Hotelaria acessível	58
2.3.	GESTÃO DE DESIGN	67
2.3.1.	Conceituando o design	67
2.3.2.	Conceituando a Gestão de Design	69
2.3.3.	Os níveis de atuação da Gestão de Design	71
2.3.4.	A Gestão de Design na Hotelaria	76
3.	DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA	79
3.1.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	79
3.2.	ATIVIDADES DO USUÁRIO NO HOTEL DURANTE AS TRÊS ETAPAS DE HOSPEDAGEM	82
3.3.	A MAPEAMENTO DO USO DE DESIGN NA HOTELARIA DURANTE AS TRÊS ETAPAS	89
3.4.	A RELAÇÃO ENTRE A NORMA NBR9050:2004 E A SUA APLICAÇÃO NO DESIGN	91

4.	RESULTADOS95
5.	CONCLUSÕES107
5.1.	CONTRIBUIÇÕES PARA O CONHECIMENTO107
5.2.	REALIZAÇÃO DOS OBJETIVOS DE PESQUISA108
5.3.	RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS110
6.	REFERÊNCIAS111
	APÊNDICE A – Acessibilidade dos hotéis de Florianópolis citados no Guia Brasil para todos121

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, a acessibilidade é assegurada pelas normas constitucionais, legislação federal e norma técnica. A norma que prevê parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade é a NBR9050: 2004. Da mesma maneira, o Decreto Federal nº. 5296/2004 oportuniza a acessibilidade afim de que as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, tais como idosos e obesos, possam ter condições de fazer turismo.

Contudo, apesar da existência de leis e normas sobre a questão da acessibilidade nos produtos e serviços turísticos e hoteleiros, as informações encontram-se dispersas (DARCY, 2010; PINTO, 2007). Além disso, a realidade mostra que existe uma inadequação das instalações e equipamentos nas edificações turísticas, espaços de lazer e desqualificação dos serviços para um atendimento diferenciado no que se refere a acessibilidade (BRASIL, 2009a; DARCY, 2010; PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006; WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO], 2013). Isso demonstra uma lacuna no atendimento das necessidades das pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida que, dentro de um perfil de usuários que se utilizam dos produtos e serviços hoteleiros, tem uma previsão de demanda crescente considerando-se o envelhecimento da população mundial (PERFIL, 2013; WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO], 2013).

De acordo com Michopoulou e Buhalis (2013) referente ao envelhecimento da população mundial os dados indicam que, a geração *baby-boom* (1945-1965) está chegando em 2015 com mais de 70 anos; as taxas de fertilidade diminuíram desde 1965, a população idosa está aumentando a um ritmo maior do que a população mais jovem e a tendência é aumentar a expectativa de vida nas idades mais avançadas.

Os dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010)¹ no Censo de 2010 constam que do total de 190.732.694 milhões de brasileiros, 45 milhões possuía pelo menos uma das deficiências levantadas: visual, auditiva, motora e mental ou intelectual, ou seja, 23,9% da população do país (IBGE, 2010). O número de pessoas com deficiência e das pessoas com mobilidade reduzida, nas

¹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010): refere-se ao último censo publicado e disponível para consulta pelo instituto. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br>>. Acesso em 28 de mai.2015.

quais se incluem as pessoas idosas, traz a urgência de pesquisas que considerem a acessibilidade plena para todos. Assim, para que os direitos das pessoas com deficiência sejam assegurados, a acessibilidade é prevista pelas normas constitucionais, legislação federal e normas técnicas.

Para atender as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida na hotelaria, a acessibilidade é uma condição para a satisfação das necessidades dos clientes sendo, portanto, preponderante para a competitividade (BECKER e OLSEN, 1995; UNWTO, 2013). Assim, a acessibilidade na hotelaria é uma demanda social e tem uma dimensão econômica por abarcar um número maior de usuários no turismo. (PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006; WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO], 2013). Nas últimas décadas, a importância da contribuição econômica do turismo para pessoas com deficiência tem sido considerada em países da Europa, nos Estados Unidos, no Canadá e na Austrália, nos quais a acessibilidade é um indicador de qualidade no turismo. (DARCY; PEGG, 2011; WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO], 2013).

Insera-se nesse panorama a Gestão de Design que diz respeito as atividades de direcionamento, planejamento, coordenação e controle do design e se distingue de outros processos gerenciais pela identificação e a comunicação das possibilidades pelos quais o design pode contribuir ao contexto, ou seja, as maneiras das quais o design pode ajudar a empresa a alcançar seus objetivos (MARTINS e MERINO, 2011; MOZOTA, 2011). Assim, considerando-se a acessibilidade na hotelaria uma condição a ser alcançada, questiona-se: Como a Gestão de Design pode contribuir com a acessibilidade na hotelaria?

1.1. OBJETIVOS

A seguir são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos definidos para esta pesquisa:

1.1.1. Objetivo Geral

Identificar e propor ações da Gestão de Design nos três níveis de atuação- estratégico, tática e operacional- que possam contribuir com a acessibilidade na hotelaria.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Levantar informações sobre o contexto da hotelaria e suas principais características;
- Identificar a participação da Gestão de Design na hotelaria;
- Obter informações quanto à necessidade do usuário com deficiência e/ou mobilidade reduzida no contexto da hotelaria;
- Diagnosticar a situação da acessibilidade na hotelaria;
- Relacionar aspectos pertinentes à acessibilidade e a recomendação da Norma NBR9050:2004 que se aplica ao design.

1.2. JUSTIFICATIVA

Segundo o *Design management Institute* -DMI (2015) a Gestão de Design abrange os processos, as decisões de negócios e as estratégias que permitem inovar e criar produtos, serviços, comunicações, ambientes e marcas projetados de forma eficaz que melhoram a qualidade de vida e proporcionam o sucesso organizacional.

Dessa forma, a abordagem da Gestão de Design na hotelaria relacionada à acessibilidade contempla tanto os aspectos sociais quanto os aspectos econômicos.

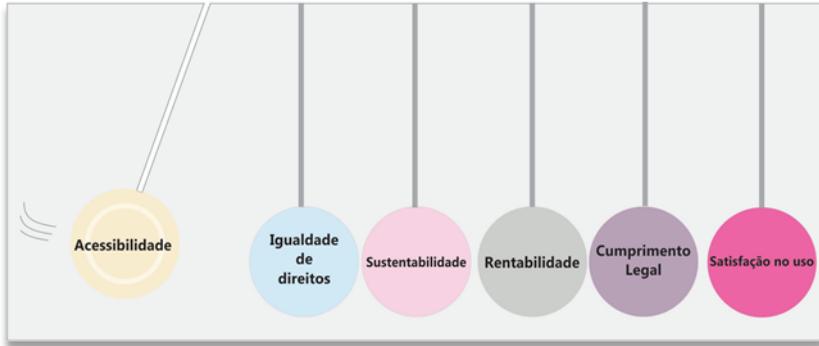
Simões e Bispo (2006) corroboram neste sentido quando, além dos aspectos sociais e econômicos, esclarecem cinco argumentos para adoção de princípios da acessibilidade. São eles:

- i. Argumento moral: todos têm o mesmo direito de utilizar e utilizar com segurança e conforto o ambiente construído, bem como os produtos- serviços que nele estão inseridos;
- ii. Argumento de sustentabilidade: Ambientes acessíveis promovem ocupação total dos espaços, o que propicia o desenvolvimento do comércio local, diminuição de custos econômicos e sociais ocasionado por acidentes em soluções inadequadas, programas de recuperação e reintegração;
- iii. Argumento econômico: o ambiente acessível abarca um número maior de usuários que têm uma necessidade não satisfeita;
- iv. Argumento legal: cumprimento da legislação quanto às condições mínimas de acessibilidade e inclusão;
- v. Argumentos Éticos e Deontológicos: Os designers têm como foco na sua prática profissional e atuação nas atividades projetuais, a satisfação dos usuários. O designer deve garantir

que seus projetos estejam adequados às pessoas em termos de segurança, conforto e eficácia.

Os cinco argumentos citados são impactos pela acessibilidade com maior qualidade e valor agregado nas ofertas de serviços, ver Figura 1.

Figura 1- O impacto da acessibilidade.



Fonte: Adaptado de ESPANHA (2014, p.29).

Além dos argumentos relacionados à acessibilidade, destaca-se que o número de pessoas com deficiência e das pessoas com mobilidade reduzida, nas quais se incluem as pessoas idosas, traz a urgência de projetos que considerem a acessibilidade plena para todos. Assim, para que os direitos das pessoas com deficiência sejam assegurados, a acessibilidade é prevista pelas normas constitucionais, legislação federal e normas técnicas.

Ressalta-se a importância da pesquisa na medida em que detectou-se por meio de revisão da literatura que a atuação da Gestão de Design na hotelaria é um assunto pouco explorado em pesquisas científicas. O Quadro I apresenta a revisão sistemática² da literatura realizada e descreve as etapas num quadro síntese para melhor visualização e arquivamento da pesquisa.

² Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES,2015) Disponível em: < <http://www.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 28 de mai.2015.

Quadro 1- Quadro síntese da revisão da literatura.

Protocolo da busca sistemática “design management” AND <i>hospitality</i> OR hotel	Justificativa/relevância (por quê)
1. Temática da revisão: Gestão de Design na Hotelaria	A gestão de design busca identificar e comunicar as possibilidades pelos quais o design pode ajudar a empresa a alcançar seus objetivos.
2. Objetivo geral: Obter um panorama teórico sobre a Gestão de design na hotelaria.	Justifica-se pela necessidade de conhecimento referente à atuação da Gestão de Design na hotelaria, para que, em estudos futuros, se proponham ações estratégicas, táticas e operacionais que contribuam para a acessibilidade e competitividade do setor hoteleiro.
3. Objetivos específicos ou perguntas da revisão: Mapear as publicações científicas da temática de revisão; Identificar os principais autores sobre a temática; Identificar os principais periódicos de divulgação do tema; Analisar o índice de citações dentro de uma coleção.	Identificar os principais autores dessa temática, os principais periódicos e meios de divulgação, como também a relevância das publicações.
4. Palavra (s) -chave: "design management"; "hospitality", "hotel".	Houve a necessidade de uma palavra chave secundária para que na filtragem não fossem desconsideradas publicações relevantes ao tema.
Principal (is) fonte (s) de dados: Portal de periódicos da Capes; ScienceDirect e Scopus (Elsevier); SAGE Journals; Emerald Management eJournals; Willey Online Library e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).	Uma primeira busca no portal da Capes possibilitou a verificação de quais bases de dados apresentava maior relevância quanto ao número de artigos publicados nos temas.
6. Estratégias de buscas 6.1 Campos de busca: Foi utilizado o campo <i>Topic</i> : (<i>title</i> , <i>key words</i> , <i>abstract</i>).	Acredita-se que uma busca utilizando o conteúdo do abstract, palavras-chave, título e <i>tags</i> de indexação seja representativa o suficiente para atender a pesquisa, se os principais

	termos não estiverem nesses campos provavelmente o artigo não serve para a mesma.
6.2 Filtros de refinamento: 1º filtro- Para uma melhor filtragem foram utilizadas as palavras- chaves “design management” AND “hospitality” em todo conteúdo. 2º filtro- palavras- chaves em TITLE-ABSTR-KEY ("design management") and hotel. Filtro da pesquisa na BDTD: Em resumo: "hotelaria" e no assunto: "gestão de design"	O uso de filtros é necessário para diminuir a dispersão dos dados da pesquisa e chegar a resultados mais precisos.
<p>Campo para observações quanto aos resultados das buscas prévias:</p> <p><i>Science of direct</i>: Na primeira busca foram encontrados 2 artigos, sendo que não tinham relação com o conteúdo. Na segunda busca foram usadas em TITLE-ABSTR-KEY ("design management") AND hotel em todos os tópicos. Foram encontrados 9 artigos, apenas um tinha relação com o tema.</p> <p>SCOPUS: 1º e 2º filtro- Apenas 1 artigo encontrado, mas sem relação com o tema.</p> <p><i>SAGE Journals</i>: 1º e 2º filtro- 14 artigos disponíveis</p> <p><i>Wiley Online Library</i>: 10 artigos- apenas 1 relacionado a design, porém design de serviços.</p> <p>Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) - 3 artigos encontrados sem relação com o tema.</p>	

Fonte: Autoria própria (2014).

Como resultados, foram encontrados três artigos relacionados ao tema, sendo que o primeiro deles faz menção da atuação da Gestão de Design na hotelaria com a atribuição do planejamento estratégico frente a competitividade de *resorts* (AYALA, 1991). Também a atuação relacionada aos procedimentos sistemáticos para o desenvolvimento de novos produtos em empresas de turismo, embora não tenha menção direta do termo **Gestão de Design** (SANDVIK et al.; 2011). Da mesma forma, foi encontrada a atuação do design como catalisador das mudanças através das experiências proporcionadas pelo design (NIXON e RIEPLE; 2010).

Portanto, considerando-se o número de artigos científicos referentes ao tema, presume-se que há uma lacuna de pesquisas científicas e que este fato possa ser um indicativo de espaço para crescimento de estudos com enfoque nos processos de design na hoteleira e no incremento da competitividade pela Gestão de Design.

Destaca-se que a hotelaria tem papel primordial no turismo e de relevância no contexto catarinense. Em Santa Catarina, o turismo representa 12,5% do PIB do estado, e gera mais de 600 mil empregos diretos e indiretos (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2014). Tais dados acenam a relevância do mote da pesquisa de dissertação.

Ainda quanto a relevância da pesquisa e aderência ao programa do Pós Design, esta tem vínculo às atividades do Núcleo de Gestão de Design & Laboratório de Design e Usabilidade da UFSC (NGD-LDU) que busca:

...compreender os fatores que interferem na eficácia e eficiência do design como fator estratégico para as organizações, visando os produtos e serviços. Como foco central nas suas ações está o ser humano (projeto centrado no usuário), tendo como ênfase o Design Universal – Design Inclusivo – Design Saúde, com metodologias próprias e abordagens no produto-serviço. (NÚCLEO DE GESTÃO DE DESIGN & LABORATÓRIO DE DESIGN E USABILIDADE [NGD-LDU], 2015)

Quanto à aderência e alinhamento da pesquisa ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina, a linha de pesquisa “Gestão Estratégica do Design”, tem como princípio “... desenvolver estratégias de comunicação (visuais inclusive, mas não exclusivamente) que permitam compactar um conceito e difundir conhecimento visando sempre uma transformação social” (PÓS-DESIGN, 2015). Sendo assim, a atual pesquisa se alinha ao oportunizar a acessibilidade e o conhecimento pertinentes a Gestão de Design no setor hoteleiro.

1.3. METODOLOGIA GERAL DA PESQUISA

A pesquisa é de natureza básica, tendo em vista gerar conhecimentos para o avanço da ciência sem aplicação prática e envolvendo verdades e interesses universais (PRODANOV e FREITAS, 2013). A Figura 2 apresenta a classificação da pesquisa.

Figura 2- Classificação da pesquisa



Fonte: adaptado de PRODANOV e FREITAS (2013, p.51).

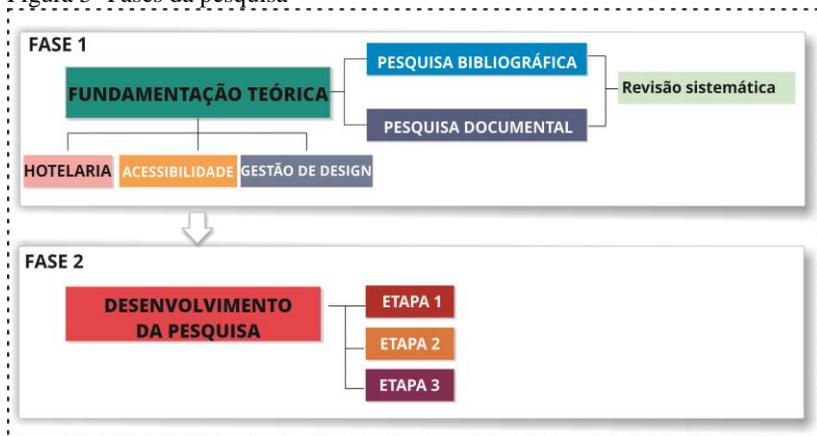
Conforme demonstrado na Figura 2 quanto à forma de abordagem, a pesquisa é qualitativa onde não será requerido o uso de métodos e técnicas estatísticas e onde o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados. É, uma pesquisa exploratória quanto aos seus objetivos, pois segundo Gil (2008, p. 43) visa proporcionar uma visão geral de um determinado fato, do tipo aproximativo. Quanto aos procedimentos, a pesquisa é do tipo bibliográfica e documental.

A pesquisa bibliográfica, de acordo com Marconi e Lakatos (2013), envolve a bibliografia publicada relacionada ao tema de estudo e objetiva colocar o pesquisador em contato com o estado da arte sobre o assunto. Foram utilizadas na pesquisa bibliográfica a revisão sistemática em teses, dissertações, livros, periódicos, anais de eventos científicos e materiais disponibilizados na internet.

De acordo com Gil (2010), a pesquisa documental tem semelhanças com a pesquisa bibliográfica, porém na pesquisa bibliográfica os temas abordados recebem contribuições de diversos autores e na pesquisa documental, os materiais utilizados geralmente não tiveram um tratamento analítico. Os documentos utilizados nesse tipo de pesquisa podem ser: cartas pessoais, fotografias, filmes, gravações, diários, memorandos, ofícios, atas de reunião, boletins, etc.

A Figura 3 apresenta a divisão da pesquisa em suas fases.

Figura 3- Fases da pesquisa



Fonte: autoria própria (2015).

A pesquisa consta de duas fases, a Fase I de fundamentação teórica dos temas: Hotelaria, Acessibilidade e Gestão de Design abarca a pesquisa bibliográfica e documental; a Fase II de desenvolvimento da pesquisa trata das propostas de ações da Gestão de Design na hotelaria realizado em três etapas.

1.4. DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A delimitação da pesquisa quanto ao tema está no estudo da Gestão de Design na hotelaria com foco na acessibilidade e na proposição de ações da Gestão de Design em seus três níveis: estratégico, tático e operacional.

O aspecto principal da pesquisa se dá no alinhamento, pela Gestão de Design, das ações de design e dos aspectos quanto a acessibilidade na hotelaria, partindo-se do cumprimento da legislação e normativas constitucionais e técnicas, tendo a NBR9050 como parâmetro básico para o funcionamento da empresa hoteleira.

A questão da acessibilidade tratada na pesquisa vai além de um dos tipos de acessibilidade ou um público em específico, mas o que se pretende, com os resultados da pesquisa e seus objetivos alcançados, é contribuir para uma hotelaria mais acessível tendo como fio condutor o bem estar de todos usuários no uso de produtos e serviços hoteleiros.

Assim, a pesquisa tem como temas principais: Hotelaria, Acessibilidade e Gestão de Design, conforme demonstra a Figura 4.

Figura 4- Alinhamento entre os temas de pesquisa.



Fonte: Autoria própria (2014).

Conforme representa a Figura 4 o fio condutor que perpassa os temas da pesquisa: Hotelaria, Acessibilidade e Gestão de Design, diz respeito ao bem estar do usuário. As camadas dos temas representam o nível de proximidade ou relação com o usuário. O tema Hotelaria abrange produtos e serviços, sendo que os serviços são a razão do usuário buscar um hotel. Por sua vez, a Acessibilidade abrange leis, normas constitucionais e normas técnicas sendo estas últimas as que aplicam de forma prática a acessibilidade. Já a Gestão de Design abrange os três níveis organizacionais de gestão (estratégico, tático e operacional), sendo o nível operacional o de aplicação do design propriamente dito, executando as ações planejadas nos demais níveis.

1.5. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação está organizada em cinco capítulos, em conformidade com a estrutura e a normatização propostas pela Universidade Federal de Santa Catarina do Programa de Pós-graduação em Design, como se segue:

- i. Capítulo 1 – INTRODUÇÃO: Apresenta a contextualização, justificativa, questão de pesquisa, objetivos (geral e específicos), metodologia geral da pesquisa, delimitação da pesquisa e estrutura da dissertação.

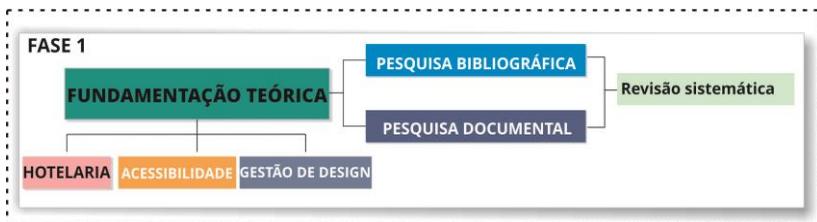
- ii. Capítulo 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: traz a conceituação dos temas principais da pesquisa que são: Hotelaria, Acessibilidade e Gestão de Design.
- iii. Capítulo 3 – DESENVOLVIMENTO: Relaciona os temas da pesquisa e propõe ações de Design na hotelaria.
- iv. Capítulo 4 – RESULTADOS: Apresentação das análises e proposta de ações da Gestão de Design.
- v. Capítulo 5 - CONCLUSÕES: Neste capítulo são apresentadas as conclusões, as considerações a respeito da pesquisa e proposta de futuros estudos que podem ser originados a partir dela.

Após as conclusões, são apresentadas as referências e apêndice.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este Capítulo, Fase I da pesquisa, compreende a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, conforme a Figura 5.

Figura 5- Fase I da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2015).

Conforme apresentado na Figura 5 a pesquisa bibliográfica e documental, por meio de levantamento de dados secundários em livros, teses, dissertação, *websites* e documentos, abrangeu os seguintes aspectos essenciais: a Hotelaria, a Acessibilidade e a Gestão de Design.

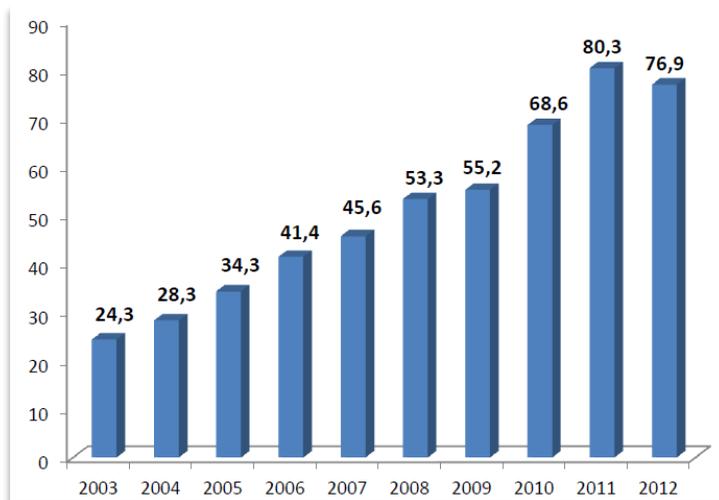
2.1. A HOTELARIA

A primeira subseção, contextualiza a importância da hotelaria no turismo, apresenta sua classificação e categorização, avança com os dados setoriais da hotelaria nacional apontando suas potencialidades, desafios e importância da hotelaria, especificamente no cenário catarinense. A próxima subseção aborda os principais órgãos do turismo para uma compreensão das responsabilidades quanto a promoção, demandas, segmentação do turismo, etc. A segmentação do turismo é a última subseção demonstrando o enquadramento do turismo acessível dentro do turismo social que é transversal aos demais segmentos.

2.1.1. A hotelaria no contexto do turismo

O turismo destaca-se como uma das atividades que tem alcançado as maiores taxas mundiais de crescimento econômico anual. Segundo pesquisas do Ministério do Turismo, no Brasil, os dados setoriais apresentam um crescimento de 2003 a 2009 em 32,4% enquanto a economia brasileira apresentou um crescimento de 24,6% (BRASIL, 2010c), conforme pode ser observado na Figura 6.

Figura 6- Participação do turismo na economia brasileira (em U\$\$ bilhões)



Fonte: BRASIL (2010d, p.6).

Dentro do setor do turismo os meios de hospedagem têm desempenhado um papel de destaque na geração de empregos, com cerca de 300 mil postos de trabalho ofertados dentro do sistema de turismo sendo que 90% das empresas de hospedagem caracterizam-se como micro e pequenas empresas que, além de geradores de empregos, são os maiores consumidores de equipamentos e mercadorias (BRASIL, 2010d). Por meios de hospedagem, de acordo com o artigo 23 da Lei nº 11.771/2008, entende-se:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

Dessa maneira, cada meio de hospedagem possui características e práticas administrativas distintas conforme os serviços oferecem e por esse fato o Ministério do Turismo estabeleceu o Sistema Brasileiro de

Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), conforme mostra a Figura 7.

Figura 7- Classificação dos meios de hospedagem.

Hotel	<ul style="list-style-type: none"> •Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária.
Resort	<ul style="list-style-type: none"> •Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.
Hotel Fazenda	<ul style="list-style-type: none"> •Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.
Cama & Café	<ul style="list-style-type: none"> •Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida.
Hotel Histórico	<ul style="list-style-type: none"> •Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.
Pousada	<ul style="list-style-type: none"> •Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.
Flat/Apart-hotel	<ul style="list-style-type: none"> •Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

Fonte: BRASIL (2010c, p.6-7).

Além da classificação do SBClass, existem outras classificações que dizem respeito a localização geográfica, ao objetivo ou fator econômico, que podem ser de acordo com Figura 8.

Figura 8- Outras classificações de meios de hospedagem.

Hotéis centrais

- Localizam-se em áreas de intensa atividade comercial ou de lazer. Considerados hotéis urbanos. Próximos a restaurantes, teatros e sedes de empresas, entre outros.

Hotéis não centrais

- Encontram-se em locais de fácil acesso ao centro e principais pontos da cidade. Visam a atender a uma demanda específica, como a de áreas de atrativos turísticos

Hotéis econômicos

- Devido a sua demanda ser de viajantes e executivos interessados somente em um bom apartamento para descansar, as instalações são mais simples, não necessitando de áreas de lazer, sauna, piscina e serviço de quarto 24 horas. Oferecem tarifas reduzidas, na proporção dos serviços prestados. Exemplos: hotéis de aeroportos, rodoviárias, entre outros.

Hotéis Fazenda

- São hotéis no meio rural, variando de uma simples pousada até um hotel de luxo, com infra-estrutura de lazer. São instalações em ambiente rural com alguns elementos que lembram atividades agrícolas e pastoris.

Fazenda-hotéis

- Tem na produção agropecuária seu principal atrativo, razão pela qual permite aos clientes participar do dia-a-dia da atividade rural.

Hotéis de selva

- Localizam-se no meio de florestas. Possuem uma estrutura voltada ao lazer, tendo como público-alvo a classe alta e os estrangeiros. Conhecidos também como lodges. São exemplos o Hotel Ariáú Amazon Towers e o Amazon Village, ambos no Amazonas.

Spas

- Voltados a hóspedes interessados em benefícios para a saúde física e mental, além de cuidados com o corpo.

Hotéis cassino

- São hotéis em que a renda principal resulta dos jogos de azar. No Brasil, com a proibição desses jogos em 1946, este tipo de hotel deixou de existir.

Hotéis de lazer

- Localizam-se fora dos centros urbanos. Além de amplas áreas não edificadas, oferecem instalações, equipamentos e serviços especificamente destinados à recreação e ao entretenimento.

Pensões

- Habitações de caráter familiar que oferecem somente habitação. Dependendo da estrutura, pode ocorrer que o banheiro fique no corredor (banheiro coletivo).

Motéis

- Localizados próximos às rodovias, com diárias cobradas por horas. No Brasil, meio de hospedagem preferido para o encontro de casais.

Fonte: ANDRADE, BRITO e JORGE (2010, p.40).

O Sistema Brasileiro de Classificação, como a maioria dos sistemas de classificação de outros países, é um programa de adesão voluntária e está baseado em requisitos que devem ser atendidos e que dizem respeito à infraestrutura, aos serviços e a sustentabilidade. Os requisitos podem ser do tipo mandatório (de cumprimento obrigatório pelo meio de hospedagem) e do tipo eletivos (de livre escolha do meio de hospedagem, tendo como base uma lista pré-definida). Conforme o cumprimento dos requisitos, o SBClass estabelece a categoria utilizando a simbologia de estrelas que objetiva auxiliar os turistas em suas escolhas como mostra a Figura 9.

Figura 9- Categoria dos meios de hospedagem.



Fonte: BRASIL (2010c, p.9).

Os itens e padrões definidos na classificação de categorias dos hotéis proposto pelo SBClass tem o intuito de estabelecer requisitos a fim de atender às expectativas dos hóspedes em relação aos meios de hospedagem (BRASIL, 2010a). Os critérios avaliados e propostos pela portaria ministerial MTur N° 100 em 2011 são divididos em três blocos, a saber:

- I. **Infraestrutura:** Requisitos vinculados às instalações e aos equipamentos;
- II. **Serviços:** Requisitos vinculados à oferta de serviços;
- III. **Sustentabilidade:** Requisitos vinculados às ações de sustentabilidade (uso dos recursos de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e

economicamente viável, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações).

Para hotéis, o critério de infraestrutura, subdividido em áreas comuns, unidades habitacionais e alimentos e bebidas, possui um total de 118 requisitos; o critério serviços totaliza 63 requisitos e o critério sustentabilidade 14 requisitos.

Salienta-se que num total de 195 requisitos avaliados para categorização de hotéis, no sistema brasileiro de classificação, não foram encontrados requisitos relacionados à acessibilidade ou a pessoas com deficiência.

2.1.2. Dados da hotelaria: panorama catarinense

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010c, p.6) hotel é “um estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária”.

Para Castelli (2003) além de o hotel ser um estabelecimento de hospedagem, este deve oferecer aposentos mobiliados, com banheiro privativo e serviço completo de alimentação. A hotelaria ainda pode ser compreendida como um subsistema do sistema de turismo que engloba como geradoras de empregos diretos as atividades relacionadas às agências de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transportes de passageiros, restaurante e lazer e outros produtos e serviços envolvidos (BRASIL, 2010a; COSTA, 2011).

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH (*apud* Valor Econômico, 2010) o Brasil conta com 25.500 mil estabelecimentos sendo 18.000 hotéis e pousadas e 7.500 outros meios de hospedagem, totalizando 128.392 unidades habitacionais (UH) e com expectativa de crescimento até 2014 de 30 mil novas unidades habitacionais.

Segundo pesquisa sobre o dimensionamento setorial da hotelaria realizada pelo IBGE (2011) num universo de 5.036 meios de hospedagem, os quatro maiores municípios das capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte) foram responsáveis por 40,7% do total dos estabelecimentos, 45,8% das unidades habitacionais e 40,3% dos leitos disponíveis. Outros municípios das capitais também se destacaram, como Fortaleza, Curitiba e Florianópolis com 254 estabelecimentos

(5,0% do total), 10.098 unidades habitacionais (4,0% do total) e 20.060 leitos (5,4% do total).

Em Santa Catarina, o turismo representa 12,5% do PIB do estado, e gera mais de 600 mil empregos diretos e indiretos. Com extensão de 95,4 mil km², Santa Catarina é um estado privilegiado por seus recursos naturais, sendo o turismo de lazer a principal motivação de viagens ao estado, nos meses de janeiro a março, seguido por família e os negócios, conforme observado na Tabela 1.

Tabela 1- Motivo da viagem a Santa Catarina no período de janeiro a março de 2010.

Motivo da viagem	Janeiro	Fevereiro	Março
Turismo	65,22%	60,80%	46,40%
Família	16,58%	15,46%	18,92%
Negócios	14,41%	20,43%	30,85%
Outros	3,79%	3,31%	3,83%
Total	100 %	100%	100%

Fonte: FIESC (2012).

Os principais meios de hospedagens utilizados pelos turistas no mesmo período foram casa de amigos e parentes seguidos de hotel, casa ou apartamento (aluguel), casa própria, pousada, hospedaria/pensão/dormitório, camping e albergue/alojamento FIESC (2012). Em 2010, a oferta hoteleira catarinense cadastrada no Ministério do Turismo foi de 224 meios de hospedagens no total nacional de 5.630; 13.451 unidades habitacionais no total nacional de 269.866.

Assim, a hotelaria catarinense se destaca no cenário nacional por seus diferenciais pela qualidade dos equipamentos e serviços em que predomina a administração familiar, com cerca de 80% dos empreendimentos. Entre as vantagens desse tipo de administração está na proximidade e conhecimento do cliente, o que oportuniza o estabelecimento do perfil e comportamento do consumidor e público-alvo de forma clara. Outra vantagem mencionada é quanto à flexibilidade e agilidade na tomada de decisões. Como desvantagem está a gestão pouco profissionalizada, frente ao crescimento da concorrência (VALOR ANÁLISE SETORIAL, 2010).

Como desafios a hotelaria tem, além da entrada de concorrentes internacionais capitalizados e com processos padronizados, a sazonalidade, a inflexibilidade da legislação trabalhista que desconsidera o problema de sazonalidade do setor, a dificuldade de obtenção de crédito

para financiar reformas e construções pelo BNDES, dentre outros. Para enfrentar esses desafios o turismo está estabelecido no Brasil pelo Ministério do Turismo e órgãos governamentais.

2.1.3. Principais órgãos oficiais de turismo

O ministério do turismo foi criado tendo como missão desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável na geração de empregos e proporcionando a inclusão social (BRASIL, 2015a). O ministério do turismo adota como modelo de gestão a descentralização e em sua estrutura organizacional está a Secretaria Nacional de Políticas do Turismo que executa a política nacional para o setor, orientada pelas diretrizes do Conselho Nacional do Turismo. Também é responsável por integrar as políticas públicas com o setor privado, bem como pela promoção interna e qualidade da prestação do serviço turístico brasileiro (BRASIL, 2015a); OLIVEIRA; SPENA, 2013).

A Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo tem como objetivo promover o desenvolvimento da infraestrutura e a melhoria da qualidade dos serviços prestados e a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) concentra-se na promoção, no marketing e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. Estes órgãos são responsáveis por pesquisar as demandas turísticas, motivações de viagens, expectativas que precisam ser atendidas e segmentação turística.

2.1.4. Segmentação do mercado turístico

Antes de abordar a segmentação turística, cabe esclarecer alguns conceitos previamente e o primeiro deles tem a ver com mercado turístico.

Mercado é a prática entre as pessoas de compra e venda de produtos e serviços, considerando a disponibilidade da oferta existente e a procura pelo produto ou serviço oferecido (KOTLER, 2007). Para tanto, são necessárias:

- Que haja uma necessidade (a busca por determinado tipo de produto ou serviço);
- Que exista oferta (que satisfaz uma necessidade por meio de produtos ou serviços);
- E que haja demanda (ou capacidade de compra por meio de moeda de troca ou crédito).

A demanda se relaciona com a parcela das pessoas que compartilham as mesmas características, necessidades e expectativas, ou seja, o tipo ou perfil de turistas. Já a oferta se relaciona com o tipo de turismo que tenha uma identidade comum.

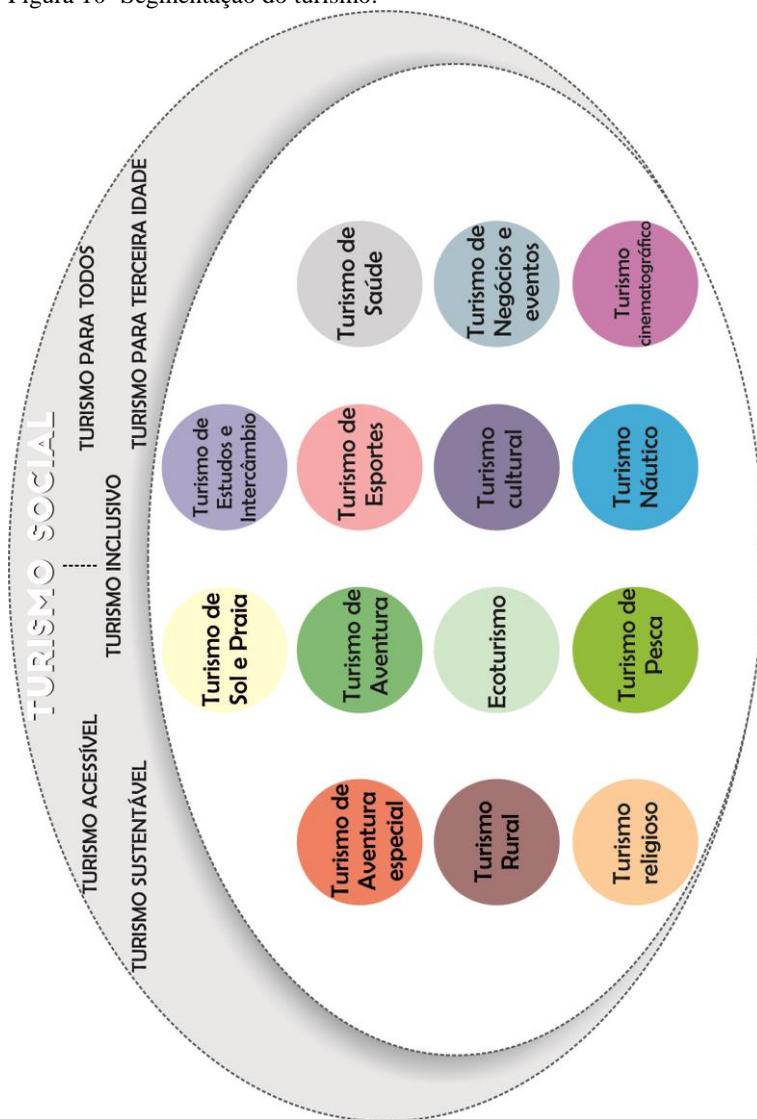
Quando se fala em segmentação do mercado turístico está se levando em consideração a criação e oferta de produtos e serviços turísticos focados para demandas específicas. Compreender o conceito de segmentação é importante para possibilitar o planejamento de estratégias e ações junto aos perfis de usuários que se deseja, aumentando a competitividade em função da diversificação das motivações de viagem e da qualificação da oferta dos produtos turísticos.

Sendo assim, a segmentação da oferta turística passa a ser determinante no processo de elaboração de uma estratégia com intuito de atrair e agradar os diferentes perfis de visitantes (BRASIL, 2010d).

O Ministério do Turismo definiu alguns segmentos turísticos prioritários para desenvolvimento no Brasil tendo em vista o aumento da competitividade, a saber: turismo náutico, turismo de negócios e eventos, turismo de aventura e aventura especial, turismo de saúde (Bem-estar), turismo de esportes, turismo de sol e praia, turismo de pesca, turismo de estudos e intercâmbio, turismo rural, ecoturismo, turismo cultural, turismo religioso e turismo cinematográfico (BRASIL, 2006).

Conforme apresentado na Figura 10, o turismo social abarca os demais sendo, de acordo com Brasil (2010d, p.75), "a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão".

Figura 10- Segmentação do turismo.



Fonte: BRASIL (2010a, p.6).

A Figura 10 representa o turismo social, que também classifica-se como turismo para todos, turismo acessível, turismo inclusivo, turismo para terceira idade e turismo sustentável e que engloba as demais

segmentações de turismo por se tratar de um modo de conduzir a prática do turismo. Com isso, compreende-se que as demais segmentações do turismo devem ser imbuídas das práticas de sustentabilidade e considerando a acessibilidade.

Ao planejar ações para determinado segmento turístico deve ser analisada a capacidade de atender às exigências e às expectativas do turista levando em consideração a qualificação dos equipamentos, serviços e estrutura hoteleira. Estes aspectos dizem respeito a questões de acessibilidade com a facilidade de acesso a serviços e sua utilização com segurança, assunto que será tratado a seguir.

2.2. ACESSIBILIDADE

2.2.1. Conceituando acessibilidade

De acordo com o dicionário Michaelis (2009), o termo acessibilidade significa a facilidade de acesso, de obtenção ou no trato. Acessibilidade, de acordo com o Decreto Nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004, deve estar presente no meio físico, no transporte, na informação e na comunicação, nos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, bem como em outros serviços e instalações abertos ao público ou de uso público (BRASIL, 2015b). Dessa forma, a acessibilidade pode ser classificada em seis tipos e consideradas quanto as barreiras que deve transpor, conforme a Figura 11 apresenta.

Figura 11- Tipos acessibilidade.



Fonte: MELO (2006, p.18).

Melo (2006) esclarece os tipos de acessibilidade quanto as barreiras dizem respeito ao que não deve haver para que haja a

acessibilidade. Essa compreensão das barreiras faz necessária para a compreensão do conceito de deficiência que a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência³ cita como resultante da interação entre pessoas com deficiência e as barreiras em relação às atitudes e ao ambiente que as impedem de efetiva na sociedade, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas.

2.2.2. Acessibilidade e pessoas com deficiência

A conceituação para pessoa com deficiência, segundo a Convenção dos direitos das pessoas com deficiência é de que são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas. Para o Ministério da Justiça pessoa com deficiência “é a que possui limitação ou incapacidade para o desempenho de algum tipo de atividade”.

Alinhado a esta conceituação e ampliando o conceito de deficiência, a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2004) citada e comentada por Nickel (2012, p.33-34) pontua:

A Organização Mundial da Saúde – OMS (2004) define o termo ‘deficiência’ como problemas nas funções ou nas estruturas do corpo, tais como um desvio importante ou uma perda, quando os indivíduos podem apresentar limitações em atividades e restrição em interações sociais (participação), permanecendo assim em situação de desvantagem. As deficiências, segundo a OMS, não indicam, necessariamente, a presença de uma doença ou que o indivíduo deva ser considerado doente, pois elas cobrem um campo mais vasto. Por exemplo, a perda de uma mão é uma deficiência de uma estrutura do corpo, mas não é necessariamente uma perturbação ou doença.

O autor evidencia a relação entre deficiência e doença que remete a compreensão da OMS (2004) onde saúde “é um estado de completo

³ DECRETO Nº 6.949, DE 25 DE AGOSTO DE 2009 - Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007 (BRASIL, 2009).

bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doenças”. Sob esta perspectiva, em algum momento se viverá em condições de doença e saúde dependendo das limitações para realização das tarefas, suas condições de vida e sua interação com elas. Da mesma maneira, considerando-se as limitações que podem restringir em determinadas tarefas assumimos a condição de pessoas com deficiência.

O Ministério da Justiça do Brasil classificou as deficiências conforme a utilizada pela Organização Mundial de Saúde (2004) que se divide em: deficiência física, deficiência intelectual, deficiência auditiva, deficiência visual e deficiência múltipla. Acrescenta-se a este grupo as demais parcelas da população que possuem mobilidade reduzida.

Conforme esclarece o Decreto Nº 5.296 de 2 de dezembro de 2004 (BRASIL, 2004) sobre as tipologias das deficiências:

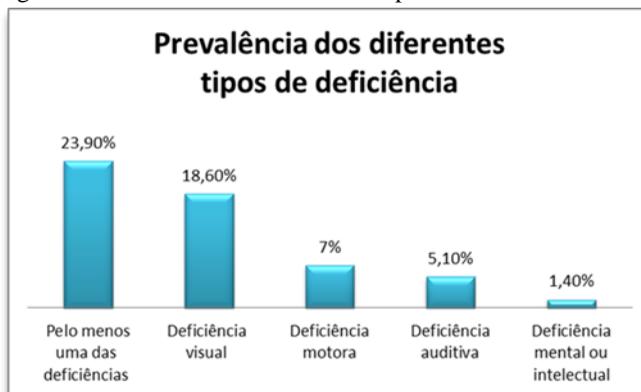
- a) A deficiência física é a alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física, apresentando-se sob a forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia, monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, triplegia, triparesia, hemiplegia, hemiparesia, ostomia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, nanismo, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de funções.
- b) Deficiência auditiva: perda bilateral, parcial ou total, de quarenta e um decibéis (dB) ou mais, aferida por audiograma nas frequências de 500Hz, 1.000Hz, 2.000Hz e 3.000Hz;
- c) Deficiência visual: cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; a baixa visão, que significa acuidade visual entre 0,3 e 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; os casos nos quais a somatória da medida do campo visual em ambos os olhos for igual ou menor que 60o; ou a ocorrência simultânea de quaisquer das condições anteriores;
- d) Deficiência mental: funcionamento intelectual significativamente inferior à média, com manifestação antes dos dezoito anos e limitações associadas a duas ou mais áreas de habilidades adaptativas, tais como:

- 1) Comunicação;
- 2) Cuidado pessoal;
- 3) Habilidades sociais;
- 4) Utilização dos recursos da comunidade;
- 5) Saúde e segurança;
- 6) Habilidades acadêmicas;
- 7) Lazer; e
- 8) Trabalho.

- e) Deficiência múltipla: associação de duas ou mais deficiências e
- f) Pessoa com mobilidade reduzida, aquela que, não se enquadrando no conceito de pessoa com deficiência, tenha, por qualquer motivo, dificuldade de movimentar-se, permanente ou temporariamente, gerando redução efetiva da mobilidade, flexibilidade, coordenação motora e percepção.

Os dados apresentados pelo IBGE no Censo de 2010 constam que o número de pessoas com deficiência no Brasil é de 45 milhões de brasileiros ou seja, 23,9% da população do país possuía pelo menos uma das deficiências levantadas: visual, auditiva, motora e mental ou intelectual. A deficiência visual apresentou a maior ocorrência, com um total de 8.370.000 indivíduos ou seja, 18,6% da população brasileira. Em segundo lugar está a deficiência motora, com um total de 3.150.000 indivíduos afetando em 7% da população. Em seguida está a deficiência auditiva com 2.295.000 indivíduos representando 5,10% da população e por fim a deficiência mental ou intelectual, com 630.000 indivíduos em 1,40%, conforme demonstrado na Figura 12.

Figura 12- Prevalência dos diferentes tipos de deficiências.



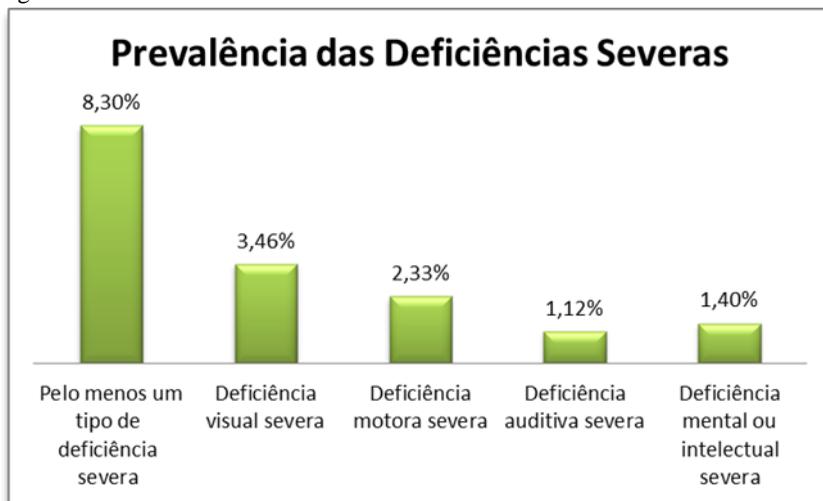
Fonte: IBGE, 2010.

Na pesquisa, a deficiência foi classificada segundo o grau de severidade e as perguntas feitas aos entrevistados buscaram identificar as deficiências visual, auditiva e motora pelos seguintes graus de dificuldade:

- i. Tem alguma dificuldade em realizar;
- ii. Tem grande dificuldade e,
- iii. Não consegue realizar de modo algum; além da deficiência mental ou intelectual.

Os resultados da pesquisa em 2010 apontaram que 15.830.813.602 indivíduos apresentavam pelo menos um tipo de deficiência severa, ou seja, 8,3% da população brasileira. Destes 547.746 indivíduos apresenta deficiência visual severa, ou seja 3,46%. 368.857 com deficiência motora severa, ou seja 2,33% do total. Com deficiência auditiva severa são 177.305 indivíduos ou seja 1,12% e por fim, a deficiência mental ou intelectual severa com 221,631 indivíduos representando 1,4%, conforme demonstrado na Figura 13.

Figura 13- Prevalência das deficiências severas.



Fonte: IBGE, 2010.

Deste número de pessoas, à proporção que apresentou deficiências severas é menor do que aquelas com pelo menos uma das deficiências e que inclui as pessoas que responderam que enfrentam alguma dificuldade em ouvir, em enxergar e em se locomover.

Conforme destacado na Cartilha do Censo 2010 (BRASIL, 2015b), os direitos humanos são assegurados a todos os brasileiros com deficiência e para esse grupo são desenvolvidos programas e ações do Governo Federal e da Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Porém, o foco primordial das políticas públicas é o segmento das pessoas que apresentam deficiência severa, pois a acessibilidade neste caso é mais necessária.

Ainda com relação aos dados do censo, a pesquisa mostrou que a deficiência se apresenta em pessoas de qualquer idade, mas a prevalência da deficiência ocorreu na faixa de 40 a 59 anos, aproximadamente 17,4 milhões de pessoas. Esse dado relaciona-se com o processo de envelhecimento da população mundial. Segundo a Organização das Nações Unidas [ONU] (2015) ⁴ à medida que taxas de fertilidade diminuem a proporção de pessoas com 60 anos ou mais avança e deve

⁴ ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS [ONU] (Brasil). **A ONU e as pessoas idosas**. 2015. Disponível em: <<http://nacoesunidas.org/acao/pessoas-idosas/>>. Acesso em: 16 maio 2015.

chegar a dois bilhões de pessoas em 2050, sendo 80% nos países em desenvolvimento.

O número de pessoas com deficiência e das pessoas com mobilidade reduzida, nas quais se incluem as pessoas idosas, traz a urgência de pesquisas que considerem a acessibilidade plena para todos. Assim, para que os direitos das pessoas com deficiência sejam assegurados, a acessibilidade é prevista pelas normas constitucionais, legislação federal e normas técnicas.

2.2.3. Acessibilidade e Legislação

Segundo o Decreto nº. 5.296/2004 e a ABNT NBR 9050:2004 acessibilidade é uma condição segura e autônoma, total ou assistida, de uso dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.

A Acessibilidade integra o conjunto de princípios fundamentais em que se baseia a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência. A Convenção retoma os princípios da Declaração dos Direitos Humanos estabelecida pela Organização das Nações Unidas em 1948 e que se recuperava das mazelas da segunda guerra mundial. A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu estatuto foi elaborado entre o decorrer dos anos de 2001 a 2006. O protocolo da convenção foi aprovado pelo Congresso Nacional Brasileiro por meio do Decreto Legislativo 186, de 9 de junho de 2008 e promulgada pelo Presidente da República por intermédio do Decreto 6.949, de 25 de agosto de 2009. A convenção é constituída por 50 artigos que asseguram as pessoas com deficiências o direito de igualdade perante a lei e tem como objetivo promover, proteger e assegurar o exercício pleno e equitativo dos direitos humanos e liberdades fundamentais por todas as pessoas com deficiência, e promover o respeito pela sua dignidade inerente.

Para tanto, a convenção tem como princípios gerais, de acordo com Artigo 3:

- a) O respeito pela dignidade inerente, a autonomia individual, inclusive a liberdade de fazer as próprias escolhas, e a independência das pessoas;
- b) A não discriminação;
- c) A plena e efetiva participação e inclusão na sociedade;

- d) O respeito pela diferença e pela aceitação das pessoas com deficiência como parte da diversidade humana e da humanidade;
- e) A igualdade de oportunidades;
- f) A acessibilidade;
- g) A igualdade entre o homem e a mulher;
- h) O respeito pelo desenvolvimento das capacidades das crianças com deficiência e pelo direito das crianças com deficiência de preservar sua identidade.

O Artigo 9 da Convenção estabelece as seguintes definições e providências a serem adotadas pelos Estados-Partes signatários quanto a acessibilidade (BRASIL, 2012, p.16):

Artigo 9 – Acessibilidade

1. A fim de possibilitar às pessoas com deficiência viver com autonomia e participar plenamente de todos os aspectos da vida, os Estados Partes deverão tomar as medidas apropriadas para assegurar-lhes o acesso, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, ao meio físico, ao transporte, à informação e comunicação, inclusive aos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, bem como a outros serviços e instalações abertos ou propiciados ao público, tanto na zona urbana como na rural. Estas medidas, que deverão incluir a identificação e a eliminação de obstáculos e barreiras à acessibilidade, deverão ser aplicadas, entre outros, a:

- a. Edifícios, rodovias, meios de transporte e outras instalações internas e externas, inclusive escolas, moradia, instalações médicas e local de trabalho; e
- b. Informações, comunicações e outros serviços, inclusive serviços eletrônicos e serviços de emergência.

Um ponto a destacar do artigo 9 do Decreto é a igualdade de oportunidades entre as pessoas, sendo assim, conforme esclarece Godinho (2010) “A acessibilidade consiste na facilidade de acesso e de uso de ambientes, produtos e serviços por qualquer pessoa e em diferentes contextos”.

No que diz respeito à acessibilidade física, alguns países adotaram legislação que torna obrigatório para as empresas de turismo proporcionar

um ambiente acessível a pessoas com deficiência. Os principais exemplos deste tipo de legislação incluem o Reino Unido (*British Disability Discrimination Act*), os Estados Unidos (*Americans with Disabilities Act*) e Austrália (*Common Wealth Disability Discrimination Act*). Estes países representam as maiores tentativas de criar normas legais de acessibilidade (MICHOPPOULOU; BUHALIS, 2013).

No Brasil, para suprir a necessidade dos empreendimentos turísticos quanto a informações sobre acessibilidade, o ministério do turismo produziu no ano de 1999, o “manual de recepção e acessibilidade de pessoas portadoras de deficiência a empreendimentos e equipamentos turísticos” (BRASIL, 2006). O manual usa como referências as normativas técnicas, a saber:

- NBR 9050/94: dispõe sobre a acessibilidade em espaços, edificações, mobiliários e equipamentos urbanos.
- NBR 9077/93: fixa as condições exigíveis quanto a saídas de emergência em edifícios.
- NBR 14020/97: Acessibilidade a Pessoa Portadora de Deficiência – Trem de Longo Percurso
- NBR 14021/97: Acessibilidade no sistema de trem urbano ou metropolitano.
- NBR 14022/97: Acessibilidade em veículos de características urbanas para o transporte coletivo de passageiro.
- NBR 13994/97: Dispõe sobre elevadores de passageiros - Elevadores para transporte de pessoa portadora de deficiência.
- NBR 14273/99: Acessibilidade a Pessoa Portadora de Deficiência no Transporte Aéreo Comercial.

Como podem ser observadas, as normas técnicas com maior preponderância dizem respeito à locomoção, cabendo a NBR 9050 (2004) dispor sobre a acessibilidade física em meios de hospedagem.

2.2.4. Acessibilidade no turismo

Pensar a acessibilidade no turismo envolve dar condição segura e autônoma, total ou assistida, de uso dos produtos e serviços constituintes do turismo o que determina o êxito no turismo acessível.

O turismo acessível para todos não se trata de uma questão exclusiva das autoridades públicas, antes deve ser também uma prerrogativa dos agentes envolvidos no turismo. Além disso, como afirma Portugal (2012, p.4), “cabe aferir que o turismo para todos é, para além de uma responsabilidade coletiva, uma oportunidade de negócio e uma vantagem competitiva”.

Para a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (UNWTO, 2013), agência responsável pela promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível, o turismo acessível é uma forma de turismo que conta com a colaboração entre as partes interessadas possibilitando às pessoas a entrega de produtos turísticos, serviços e ambientes projetados para o uso de forma independente, com equidade e dignidade (WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO], 2013). Essa conceituação da UNWTO faz parte da Resolução A/RES/492 (XVI) uma documentação de 2005 e intitulada “Turismo Acessível para Todos”. A resolução traz uma série de recomendações para o turismo acessível e que objetivam assegurar que as pessoas com deficiência tenham acesso aos produtos e serviços do turismo em igualdade de condições.

Embora as necessidades das pessoas com deficiência no turismo englobem todos os elementos do turismo, Pühretmair e Miesenberger (2006) apresentam os elementos que têm maior prioridade para pessoas com deficiência, apresentados na Figura 14. O primeiro elemento em grau de importância é o alojamento ou acomodação, seguido da locomoção no local de férias e da chegada e partida, o que implica na acessibilidade dos meios de transporte.

Figura 14- *Ranking* de importância.



Fonte: Traduzido de PÜHRETMAIR; MIESENBERGER (2006, p.330).

De acordo com Michopoulou e Buhaliso (2013) as necessidades do turista com deficiência podem ser agrupadas em três categorias principais: de acessibilidade arquitetônica ou física, de informação sobre acessibilidade e de informações on-line acessíveis. Essa categorização leva em conta que, embora com necessidades específicas em alguns aspectos, apenas uma parcela destes turistas requer equipamentos sofisticados (MICHPOULOU e BUHALISO, 2013).

No entanto, faltam informações prévias completas e confiáveis sobre as condições dos edifícios e instalações, assim como dos serviços (DARCY, 2010; ESPANHA, 2006; PINTO, 2007; SIMONETTI; WEBER; FERNÁNDEZ, 2010). Conforme menciona Pinto (2007, p.58), “apesar da existência de leis e normas sobre a questão da acessibilidade aos equipamentos turísticos e hotéis, as informações encontram-se dispersas”. Darcy (2010) apresenta que mais de dois terços dos entrevistados de sua pesquisa com pessoas com deficiência viajaria mais se eles se sentissem bem-vindos ou melhor acolhidos nas acomodações e mais de 70% viajariam mais se encontrassem acomodação acessível mais facilmente.

Além disso, as pesquisas quanto perfil das pessoas com deficiência no turismo mostram que as estadias tendem a ser mais prolongadas e com isso tendem a gastar mais que os demais turistas, também apresentam uma taxa de fidelização maior que a média, mais de metade destes turistas

viajam acompanhados e estão mais disponíveis para viajar em época de baixa temporada do que outros turistas (DCMS, 2013; PERFIL, 2013).

2.2.5. Hotelaria acessível

Hotelaria acessível ou hotel universal são termos utilizados para designar aqueles hotéis que contemplam a acessibilidade (ESPANHA, 2006; SIMONETTI; WEBER; FERNÁNDEZ, 2010;). De acordo com Pinto (2007, p.154):

Hotel Universal é aquele estabelecimento que busca acomodar as necessidades funcionais de todos os indivíduos, com ou sem deficiência, e minimizar ou eliminar possíveis restrições em seu uso, e em todas as atividades desenvolvidas neste espaço, sendo que este universo inclui, não só os possíveis hóspedes e visitantes, mas também todos os funcionários que trabalham e utilizam os espaços hoteleiros.

A questão da acessibilidade na hotelaria inclui-se nas normas constitucionais, legislação federal e normas técnicas que tratam da acessibilidade de um modo geral, conforme abordado anteriormente.

Segunda a norma NBR9050 em hotéis e similares, os auditórios, salas de convenções, salas de ginástica, piscinas, entre outros, devem ser acessíveis e estabelece que pelo menos 5%, com no mínimo um do total de dormitórios com sanitário, devem ser acessíveis. Recomenda-se, além disso, que outros 10% sejam adaptáveis para acessibilidade (ABNT, 2004).

Os aspectos avaliados quanto à acessibilidade de um meio de hospedagem, segundo o Ministério do Turismo são:

Estabelecimentos para alojamento/meios de hospedagem – hotéis, pousadas, campings e outros: acessos (estacionamento, percurso até o edifício, zona de manobra, desníveis e portas de entrada e saída), circulação interior (passagens e percursos, zonas de manobra, elevadores e revestimentos), dormitórios, banheiros e cozinhas (dimensões, zona de manobra, porta de acesso), uso de sanitários (acessórios, comandos, ajudas técnicas, revestimento, alarmes), mobiliário (mesa e cadeiras, camas e armários), instalações (telefone,

televisão, iluminação e temperatura – comando e controles) (BRASIL, 2009b).

As certificações em acessibilidade são obrigatórias e seguem os requisitos normativos da NBR 9050. Assim, o Decreto N° 5.296 de 2 de dezembro de 2004, no capítulo IV, Artigo 10, estabelece que após a certificação da acessibilidade de edificação ou serviço, o poder público determinará a colocação, em espaços ou locais de ampla visibilidade, do Símbolo Internacional de Acesso (SIA), conforme Figura 15. Esse símbolo representa que os serviços, espaços, edificações, mobiliário e equipamentos urbanos são acessíveis a pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida e não apenas a cadeirantes. Também existem o Símbolo internacional de pessoas com deficiência auditiva (surdez) e o Símbolo internacional de pessoas com deficiência visual.

Figura 15- Símbolo internacional de acesso.



Fonte: ABNT NBR 9050 (2004, p.18-20).

Além do Símbolo Internacional de Acesso, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de São Paulo (ABIH SP) juntamente com a ABNT, em 2012, formou o selo de acessibilidade e inclusão social da rede hoteleira no Estado de São Paulo, conforme Figura 16 (ABIH SP, 2015).

Figura 16- Selo de acessibilidade e inclusão ABIH-SP



Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo (ABIH SP, 2015).

O objetivo do selo é oferecer ao mercado de turismo um programa de informação e orientação visando a eliminação de barreiras arquitetônicas e de comunicação nas edificações destinadas a hospedagem. A iniciativa foi fomentada pela Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas e Paraolimpíadas em 2016 que exigem uma infraestrutura acessível das cidades-sedes.

Apesar dos mecanismos existentes para assegurar a acessibilidade, a realidade mostra que existe uma inadequação dos meios de hospedagens BRASIL, 2009a; ESPANHA, 2006; PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006; UNWTO, 2013).

No Brasil, algumas iniciativas governamentais e privadas visam prover informações sobre a acessibilidade nos hotéis disponibilizando guias em meios digital e impresso. Cita-se como principais iniciativas, privada o Guia Brasil para todos (SCHWARZ; HABER, 2009) que avaliou a acessibilidade em dez capitais e governamental o Guia muito especial (BRASIL, 2011): projeto novos rumos que avaliou 12 cidades brasileiras que foram sede da Copa do Mundo de 2014 e Socorro, cidade escolhida por ser considerada modelo em acessibilidade e também o guia Turismo Acessível lançado em 2014 (BRASIL, 2014a). Neste último, porém, os hotéis de Florianópolis não possuem avaliações e no Guia muito especial a cidade não aparece apesar de ser considerada pelo IBGE (2011) como uma das regiões metropolitanas de destaque em termos de redes de hospedagem.

Em uma breve análise do guia Brasil para todos, dos onze hotéis de Florianópolis, apenas dois hotéis estão dentro da quantidade mínima de quartos adaptados especificados pela NBR 9050 (2004) e seis hotéis

não possuíam quartos adaptados. Ver APÊNDICE A (SCHWARZ; HABER, 2009).

Apesar da maioria dos hotéis relacionados no guia em que verificasse a ausência de requisitos mínimos de acessibilidade, menciona-se exemplos de hotéis no Brasil com projeto para pessoas com deficiência e prática do turismo responsável⁵. Também verifica-se que estes hotéis onde os apartamentos são adaptados, atendem a Norma NBR9050 no qual os banheiros têm, conforme mostra a Figura 17:

- A. Barras de segurança,
- B. Piso antiderrapante,
- C. Cadeira especial no chuveiro,
- D. Pias e vaso sanitário de fácil acesso,

Figura 17- Banheiro adaptado para pessoas com deficiência.



Fonte: Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/acessibilidade-na-hoteleria-um-degrau-que-faz-a-diferenca/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

Na área das piscinas, conforme mostra a Figura 18:

- a) O piso é antiderrapante;

⁵ WORLD TRAVEL MARKET (London). Responsible Tourism Awards. 2014. Disponível em: <<http://www.wtmresponsibletourism.com/media/Responsible-Tourism-Awards/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

- b) Possui uma cadeira-elevador que facilita o acesso do hóspede à piscina com segurança e
- c) Possui barras de apoio.

Também disponibiliza cadeiras de rodas, o quadro funcional do hotel participa periodicamente de cursos de preparação para atender pessoas com deficiência e os cardápios do restaurante e sinalizações dos elevadores tem o braille.

Figura 18- Piscina adaptada.



Fonte: Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/acessibilidade-na-hoteleria-um-degrau-que-faz-a-diferenca/>>. Acesso em: 17 maio 2015.

Diferentemente do panorama nacional, em comparativo quanto aos avanços no que diz respeito a acessibilidade, estão as iniciativas internacionais, como por exemplo o guia online *DisabledGo*⁶ fundado no ano de 2000, na cidade de Londres, no qual consta o cadastro de 120 mil pontos turísticos no Reino Unido e na República da Irlanda. Os itens avaliados de acessibilidade são vinte e foram concebidos em consulta as pessoas com deficiência a fim de representar as informações consideradas importantes por eles, conforme apresentado no quadro 2.

⁶ DISABLEDGO (London). Access Icons. 2000. Disponível em: <<http://www.disabledgo.com/our-icons/>>. Acesso em: 16 maio 2015.

Quadro 2- Itens de acessibilidade avaliados pela *DisableGo*.

Ícones	Requisito de acessibilidade	Característica avaliada:
	Nível de Acesso e Portas Automáticas	Indica que o local tem: - Nível de acesso que leva à porta de entrada; - Nível de acesso por dentro, isso pode ser feito através de elevador (plataforma ou padrão); -Sensor / <i>push pad</i> para portas automáticas ou sem portas na entrada principal; - Portas com largura mínima de 75 cm.
	Acesso por rampas, pistas e / ou portas manuais	Quando o local tem: -Uma rampa ou inclinação (fácil a moderada) na entrada e portas manuais ou -Uma rampa (fácil a moderado) ou inclinação para o local e portas automáticas ou -Nível de acesso para o local e portas manuais e -Nível de acesso, rampas ou elevadores encostas fáceis a moderadas (plataforma ou padrão) para contornar o local; -Portas com largura mínima de 75 cm.
	Mobilidade reduzida do caminhante	Na entrada para o edifício não pode existir mais do que três passos médios. Se houver mais do que um passo deve ser colocado um corrimão. Mudanças de nível interno pode ser superado por rampas e / ou elevadores.
	Assento disponível	Assento disponível no local para os clientes. Se não prontamente disponíveis, que possam ser solicitados.
	Banheiro acessível	O vaso sanitário deve ter: -A largura mínima de 75 cm. -Acesso livre; -Espaço suficiente para um usuário de cadeira de rodas manobrar; -Pegadores e barras de segurança disponíveis.
	WC padrão	Acesso livre para banheiros padrão no local. Estes estão localizados em terraços ou outros andares acessíveis por elevador.

	<p>Vestiários Acessíveis</p>	<p>Há vestiários acessíveis ou salas de prova disponíveis no local. Os vestiários devem ter: a largura mínima de 75 cm. Acesso livre. Espaço suficiente para um usuário de cadeira de rodas para manobrar. Pegadores e barras de segurança.</p>
	<p>Instalações para mudança/troca</p>	<p>Os banheiros devem ter: equipamento adequado, banco com altura ajustável para mudança de tamanho; sistema de guindaste móvel, se isso não for possível espaço suficiente na área de troca para a pessoa com deficiência e até dois cuidadores; um vaso sanitário colocado no centro com espaço de ambos os lados para os cuidadores; uma tela ou cortina para permitir privacidade entre a pessoa com deficiência e o cuidador; um ambiente seguro e limpo; rolo de papel largo para cobrir o banco; um cesto de resíduo para fraldas descartáveis; um piso antiderrapante.</p>
	<p>Impressão ampliada</p>	<p>Impressão ampliada de informações e guias de acesso disponível no local.</p>
	<p>Braille</p>	<p>Informações em Braille está disponível no local.</p>
	<p>Cão-guia</p>	<p>O prestador de serviços recebe cães guia nas instalações.</p>
	<p>Sistema Audição</p>	<p>Um sistema de melhoria de som disponível em determinados locais no interior das instalações.</p>
	<p>Entrar em contato com o local</p>	<p>O prestador de serviços deverá ser contatável por um ou mais meios: Telefone de texto, <i>fax</i>, <i>email</i>.</p>
	<p>Home Service</p>	<p>O prestador de serviços tem uma política de entrega em domicílio ou visita domiciliar.</p>

	Estacionamento o 3 estrelas	O local tem seu próprio estacionamento para uso de clientes.
	Estacionamento o 2 estrelas	Há na rua estacionamento zona azul nas imediações do local do evento ou o local oferece estacionamento se reservado com antecedência aos titulares do estacionamento zona azul.
	Estacionamento o 1 estrela	Estacionamento público próximo ao local, a cerca de 200 m.
	Acomodação acessível	Este símbolo só será concedido ao alojamento com quartos que têm acesso livre, rampa ou elevador para os quartos e banheiro privativo. Todas as portas que dão para o quarto e portas internas que conduzem ao banheiro deverão ter largura mínima de 75cm. Os banheiros deverão ter corrimão para auxiliar a transferência para o vaso sanitário e, idealmente, um suporte dobrável para o equilíbrio e espaço transferência lateral (mínimo de 60 cm). O banheiro deverá ter um chuveiro baixo ou uma cadeira de banho no nível do chuveiro.
	Língua de Sinais	O prestador de serviços deve ter um membro da equipe treinado em linguagem de sinais, geralmente de plantão. O símbolo não será concedido se o intérprete de linguagem gestual só está disponível mediante pedido.
	Treinamento Conscientização quanto a deficiências / Treinamento de Igualdade	O prestador de serviços deve informar que fornece treinamento entre seus funcionários sobre igualdade e conscientização quanto a deficiências.

Fonte: Traduzido da página do *DisabledGo*⁷.

⁷ DISABLEDGO (London). Access Icons. 2000. Disponível em: <<http://www.disabledgo.com/our-icons>>. Acesso em: 16 maio 2015.

Conforme observado no quadro 2, os itens de acessibilidade avaliados nos pontos turísticos do Reino Unido e Irlanda, vão desde aqueles referentes a acessibilidade física aos relacionados a acessibilidade atitudinal, por incluir treinamento dos funcionários para o atendimento de pessoas com deficiência. Um outro item a se considerar é o local ou instalação para troca que trata-se de um local específico no qual os cuidadores podem fazer a higiene das pessoas com deficiência. A necessidade de implantação deste item é destacada por um grupo de organizações sem fins lucrativos que trabalha em campanhas para que locais de troca sejam instalados em espaços públicos como shoppings, aeroportos, etc. Conforme apresenta a Figura 19 com o logotipo da campanha (*CHANGING PLACES CONSORTIUM*, 2013).

Figura 19- Logotipo do Consórcio *Changing Places*



Fonte: *Changing Places Consortium* (2013).

Os itens avaliados nos pontos turísticos implicam em cumprir com as dimensões básicas de acessibilidade que, segundo Simonetti; Weber e Fernández (2010) e Espanha (2006), dizem respeito ao acesso, a circulação, a comunicação e a utilização, sendo estas dimensões consideradas os meios para alcançar uma hotelaria acessível (ESPANHA, 2006).

2.3. GESTÃO DE DESIGN

Esta subseção inicia conceituando o design e apresentando a tipologia do design segundo a dimensão da forma e como esta se relaciona com o usuário. A subseção seguinte conceitua a Gestão de Design e seus níveis de atuação.

2.3.1. Conceituando o design

O design, segundo o *International Council of Societies of Industrial Design (ICSID)*, é conceituado como uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e sistemas em todo seu ciclo de vida.

Como artefato de uma atividade projetual e criativa, o design pode ser classificado quanto à aplicação a partir de suas dimensões finais, conforme proposto por Mozota (2011) e apresentado na Figura 20.

Figura 20- Tipologia do design segundo as dimensões da forma



Fonte: MOZOTA (2011, p.21).

A Figura 21 apresenta a aplicação do design tendo como embasamento a classificação feita por Martins e Merino (2011, p. 62-67), conforme apresenta:

Figura 21- Aplicação do design segundo as habilitações



Fonte: MARTINS E MERINO (2011, p.62-67).

De acordo com a apresentação da Figura 21,

- Design de produto: Cria ou redesenha produto de qualquer natureza, podendo ser: embalagens, movelaria, joalheria, brinquedos, eletroeletrônicos, utilidades domésticas, equipamentos, etc.
- Design gráfico: Cria produtos de comunicação como sinalização, cardápios, editoriais, etc.
- Design de embalagem: Desenvolve embalagens para proteção de produtos durante a manutenção, armazenagem, transporte e a colocação no ponto de venda.

- Design da informação: Consiste em representar o máximo de informações em um mínimo de espaço. Também desenvolve pictogramas.
- Web design: Desenvolve *sites* e material multimídia tendo em vista a atividade da empresa na internet.
- Design de ambientes: Engloba o arranjo espacial da empresa e sua representação nos ambientes internos e externos permitindo sua diferenciação mediante o consumidor.

A aplicação das diferentes dimensões do design pelas empresas é considerada fator potencial de competitividade na economia nacional por melhorar a visibilidade da empresa no mercado, reduzir a relação custo-benefício de produtos e serviços, por ajudar a incorporar fatores (ambientais e sociais) desconhecidos pela empresa e por gerar uma oferta coerente entre diferentes produtos e serviços de uma empresa com sua imagem e estratégia (ARGENTINA, 2012).

Contudo, o design pode proporcionar maior vantagem competitiva à empresa quando incorporado a sua estratégia, desde a concepção do produto e serviço até seu lançamento, pelo fato de possibilitar a integração entre as diferentes áreas da empresa e de todos os aspectos envolvidos nos processos de desenvolvimento (BRASIL, 2014). Tal necessidade de integração funcional durante os processos de desenvolvimento no design foi responsável pelo surgimento da Gestão de Design que será abordado a seguir.

2.3.2. Conceituando a Gestão de Design

A integração do design com a gestão dando surgimento a Gestão de Design se deu na década de 60, na Grã Bretanha, com o objetivo de garantir a integração das agências de design e as empresas, facilitando assim a comunicação e garantindo a uniformidade dos projetos (Mozota, 2011).

Em 1975, Bill Hannon e o *Massachusetts College of Art* fundaram o DMI (*Design Management Institute*), que tem como objetivo melhorar as organizações por meio da Gestão de Design eficaz buscando o crescimento econômico (MOZOTA, 2011). Para o DMI (2013) a Gestão de Design abrange os processos, as decisões de negócios e estratégias que permitem inovar e criar produtos, serviços, comunicações, ambientes e marcas projetados de forma eficaz que melhoram a qualidade de vida e proporcionam o sucesso organizacional.

Em 1990, Gorb (1990) traz a definição de que a Gestão de Design diz respeito a eficaz aplicação dos recursos de design pelos gerentes para atingir os objetivos estratégicos.

Passada uma década da definição de Gorb (1990), Avendaño (2002) propõe a Gestão de Design como:

O conjunto de atividades de diagnóstico, coordenação, negociação e design que se leva a cabo tanto na atividade de consultoria externa como no âmbito da organização empresarial, interagindo com os setores responsáveis da produção, da programação econômico-financeira e da comercialização, com a finalidade de permitir uma participação ativa do design nas decisões dos produtos (AVENDAÑO, 2002, p.40).

Essa definição sai do enfoque de eficácia dos conceitos anteriores e traz o contexto da Gestão de Design nos processos de tomada de decisão nas organizações onde acontece a integração da alta administração com as equipes criativas e da organização com os atores externos envolvidos no processo de desenvolvimento. Com isso pressupõe-se que a introdução da Gestão de Design nas organizações muda o modelo de gestão hierarquizada para um modelo gerencial plano, inovativo e criativo incorporando na cultura corporativa o design como estratégia de negócio.

Cultura corporativa pode ser definida como as “experiências, histórias, convicções e normas que caracterizam uma organização, e pode ser percebida em seu ambiente interno e nas atitudes e hábitos de seus funcionários” (KOTLER, 2009, p.64). A cultura corporativa deve ser permeada por uma cultura de design, que de acordo com Costa (2008, p.8), vai além da contratação de um profissional criativo, mas da atuação do gestor de design que irá conceber estrategicamente novos produtos, idealizá-los, e lançá-los no mercado.

Finizio (2002, p.138) estabelece a relação entre a cultura corporativa e a cultura de design e a função mediadora da Gestão de Design entre elas conforme afirma:

Por cultura de la empresa se entiende lo que comprende la tradición, filosofía y organización de la empresa que influencia el posicionamiento de la empresa completa sobre el mercado. Es aquí donde se inserta la compleja cultura proyectual de la disciplina del diseño, la que es portada por el

projectista mensajero de una dimensión prefigurativa e ideativa, en el ámbito del sistema de estructura definido por la empresa. Es propio que se genere, en el ámbito de la empresa, un nuevo planteamiento o una nueva función ligada al desarrollo del diseño. Diseño entendido como proceso global, que parte de una idea y se traduce, através de una instancia proyectual que enviste todo el proceso de la empresa, en un producto destinado a satisfacer una necesidad emergente. La gestión del diseño tiene un alto contenido de proyectación y tiene una función llamada a mediar entre las dos culturas y ser capaz de transferir y traducir en un lenguaje común hacia el interior de la empresa.

Assim, a característica que distingue a Gestão de Design de outros processos gerenciais, além de mediar a relação entre a cultura corporativa e a cultura de design, é a identificação e a comunicação das possibilidades pelos quais o design pode contribuir ao valor estratégico da empresa, ou seja, as maneiras das quais o design pode ajudar a empresa a construir a sua estratégia e alcançar seus objetivos, conforme Mozota (2011).

2.3.3. Os níveis de atuação da Gestão de Design

Conforme alguns autores referenciam, a Gestão de Design atua, em três níveis: estratégico, tático e operacional (MOZOTA, 2011; MARTINS e MERINO, 2011; ÄIJÄLÄ e KARJALAINEN, 2012; BEST, 2012).

Quanto as atribuições da Gestão de Design nos três níveis, não existe uma unanimidade dos autores nesse sentido e para construir um referencial de pesquisa, descreve-se nos quadros 3,4 e 5 as ações da Gestão de Design, em seus três níveis, segundo a visão de diferentes autores.

Quadro 3- Gestão de Design: nível estratégico.

Autor (ano)	Ações de design no nível estratégico
FASCIONI (2008)	Foco direcionado para a aquisição de vantagem competitiva, influenciando em termos de estrutura, finanças e recursos humanos.
AVENDAÑO (2002)	Gerenciar processos; Conhecimentos de gestão; Visão de negócios; Espírito empreendedor; Visão global; Competitivo; Liderança aliada a um forte espírito de equipe; Conhecimentos da cadeia produtiva e do ciclo de vida do produto; Capacidade de inovação; Conhecimento básico de macroeconomia e das mudanças sociais; Função de implantar as políticas e estratégias de design com o objetivo de tornar os produtos e a imagem da empresa (marca) competitiva; Função de inserir a cultura de design na empresa.
MARTINS E MERINO (2011)	-Atividades: tendências de mercado e de design; legislação; padrões; Manifestações do design na empresa; fatores internos: estratégias e controle do design corporativo; compreensão do design; habilidades: integração; centralização; responsabilidade pelo design; elaboração e introdução de sistemas para Gestão de Design; avaliação dos investimentos em design, seu impacto e sua contribuição para a atuação da organização.
ÄIJÄLÄ E KARJALAINEN (2012, p.27)	O design relaciona-se com a operação da estratégia corporativa que poderá ser utilizado como uma fonte de vantagem competitiva e também um catalisador para alterar o âmbito e direção da organização;

Fonte: Autoria própria (2014).

A gestão de design no nível estratégico concebe e implementa, de maneira planejada, as atividades de design dentro da empresa, destacando a importância do design nos objetivos corporativo de curto, médio e longo prazo, além de intervir e coordenar os recursos de design em todos os níveis de negócios a fim de alcançar os objetivos corporativos (FUNDACIÓN PRODINTEC, 2015). Assim, conforme apresenta o Quadro 3, a gestão de design no nível estratégico relaciona-se com a estratégia corporativa, com a vantagem competitiva, com o direcionamento organizacional e com a cultura de design.

Quadro 4- Gestão de Design: nível tático.

Autor (ano)	Ações de design
FASCIONI (2008)	Direcionado para geração de conceitos de produtos únicos; Prospecção de novas oportunidades de mercado.
AVENDAÑO (2002)	Profissional criativo e inovador; Conhecimento de sistemas de análise de tendências; Capacidade para gerenciar informações sociais, tecnológicas e de materiais; Subjetividade da observação e Criatividade.
MARTINS E MERINO (2011)	Recursos para o design (humanos, físicos, internos, externos); habilidades para o design: <i>core</i> competências; Treinamento; descrição dos processos, normas e procedimentos para a Gestão de Design; localização, serviços e objetivos da equipe responsável pelo design.
ÄIJÄLÄ E KARJALAINEN (2012, p.27)	O design pode ser usado como um criador de conceitos de produtos únicos e como uma ferramenta para busca de novas oportunidades de mercado. O foco é colocado sobre as futuras necessidades dos clientes e os objetivos da unidade de negócio.

Fonte: Autoria própria (2014).

A gestão de design no nível tático, conforme apresentado no Quadro 4, relaciona-se com conceitos únicos de produtos, necessidades dos clientes.

Quadro 5- Gestão de Design: nível operacional

Autor (ano)	Ações de design
FASCIONI (2008)	Direcionado para a eficiência e eficácia do processo, da equipe e dos projetos individuais.
AVENDAÑO (2002)	Conhecedor do “chão de fábrica”, dos processos industriais, tecnologias e materiais; criação de soluções projetuais.
MARTINS E MERINO (2011)	Natureza dos processos e projetos de design; propostas; relacionamento entre gestão e equipe de design do projeto; seleção dos integrantes da equipe; documentação e sistemas de controle; implementação das soluções; avaliação dos projetos.
ÄIJÄLÄ E KARJALAINEN (2012, p.27)	O design concentra-se em aumentar a eficiência dos projetos, processos de design e gestão da própria equipe de design. Para uma estratégia de negócios ser bem sucedida isto depende principalmente das atividades que acontecem neste nível.

Fonte: Autoria própria (2014).

A gestão de design no nível operacional, conforme apresentado no Quadro 5, relaciona-se com as operações de design quanto ao projeto, as soluções projetuais, a gestão da equipe e da eficiência e eficácia do projeto.

Conforme pode ser observado nos quadros acima, apesar das diferenças entre os autores, alguns conceitos se repetem e se assemelham, possibilitando uma visão comum da atuação da Gestão de Design nos três níveis de atuação, conforme apresentado na Figura 22.

Figura 22- Níveis de atuação da Gestão de Design.



Fonte: Autoria própria (2014).

Assim, conforme mostra a Figura 22, no nível estratégico o design é pensado em termos estratégicos e de direcionamento dentro das organizações, incutindo nas organizações uma cultura de design para obtenção de vantagem competitiva. No nível tático, o design busca dar resposta ao “como a organização pode alcançar determinada estratégia”, seja por atender as necessidades dos clientes, por oportunidades de mercado ou por meio de conceitos únicos. No nível operacional, busca-se

a gestão eficiente e eficaz da equipe de design, ou seja a operacionalização dos planos traçados nos demais níveis.

Dessa forma, como corrobora Mozota (2011), o nível estratégico trata do design como visão ou transformação, o nível tático trata do design como coordenação ou função e o nível operacional trata do design como diferenciação ou ação.

2.3.4. A Gestão de Design na Hotelaria

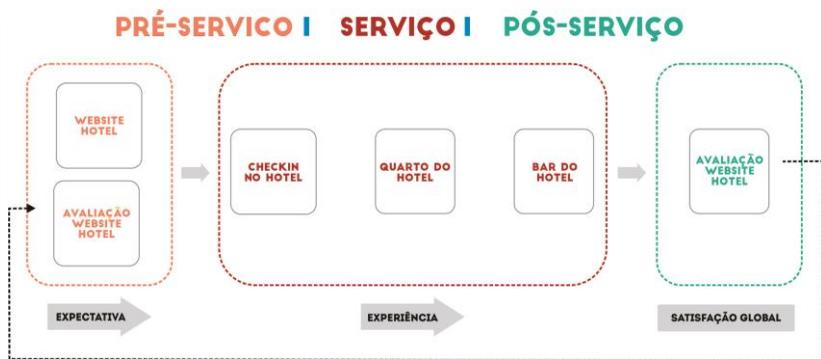
Os processos gerenciais de planejamento na hotelaria ocorrem em três níveis de atuação: estratégico, tático e operacional, bem como na Gestão de Design. O nível estratégico se refere ao direcionamento da organização e a decisões de maior relevância e contempla o longo prazo; o nível tático é aplicado aos departamentos do hotel a médio prazo e o nível operacional trata da operação do hotel e contempla o curto prazo.

Um dos aspectos considerados pela Gestão de Design está em possibilitar uma oferta coerente entre diferentes produtos e serviços de uma empresa de acordo com sua imagem e estratégia (ARGENTINA, 2012).

Quanto a coerência em serviços, Stickdorn e Zehrer (2013) afirmam que, a coerência entre o serviço ofertado e a imagem corporativa diz respeito a expectativa do usuário que por sua vez tem relação direta com a satisfação dos mesmos. Para os autores, a correspondência ou até mesmo a superior expectativa dos clientes quanto aos produtos e serviços é fundamental para a geração da satisfação do usuário.

Ainda segundo os autores, a satisfação do usuário se relacionada com os inúmeros pontos de contato ou interação entre a empresa e os usuários, que os percebem antes, durante e depois da utilização dos serviços e determinam as experiências no pré-serviço, serviço e pós serviço, conforme apresenta a Figura 23.

Figura 23- Avaliação da jornada do cliente.



Fonte: Traduzido de STICKDORN e ZEHRER (2013, p.8).

Para Martins e Merino (2011) a experiência é um aspecto relativo a decisão estratégica e deve ser pensada em como as pessoas se beneficiarão de determinado produto ou serviço.

Os pontos de contato dizem respeito a toda e qualquer instância de contato entre usuário e o provedor de serviços e que configuram-se em possibilidades de memorização ou consciência da marca (WHEELER, 2012). A Figura 24 exemplifica os pontos de contato que impactam na marca e nos quais o design faz ligação, a saber: websites, material gráfico, sinalização, comunicação interna, mensagens de voz, ambientes, etc.

Figura 24- Pontos de contato entre o usuário e o hotel



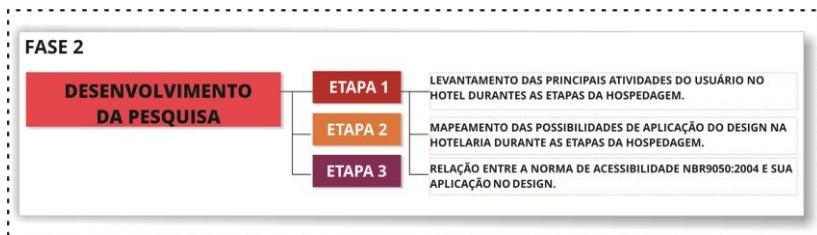
Fonte: Autoria própria (2015).

Conforme ilustra a Figura 24 o usuário tem vários pontos de contato com uma empresa por meio do design e que possibilitam o aumento do reconhecimento da marca pelo usuário, a comunicação da qualidade, a diferenciação da concorrência, entre outros aspectos (WHEELER, 2012).

3. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

A Fase II da pesquisa, de desenvolvimento, é constituída por três etapas que tratam das propostas de ações da Gestão de Design na hotelaria, conforme apresentado na Figura 25.

Figura 25- Fase II da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2015).

No presente capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa para a obtenção de dados, e posterior análise e considerações.

3.1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa consta de duas fases, a Fase I de fundamentação teórica abarca a pesquisa bibliográfica e documental para fundamentação teórica dos temas: Hotelaria, Acessibilidade e Gestão de Design; a Fase II de desenvolvimento da pesquisa trata de responder à questão de pesquisa: Como a Gestão de Design pode contribuir com a acessibilidade na hotelaria?

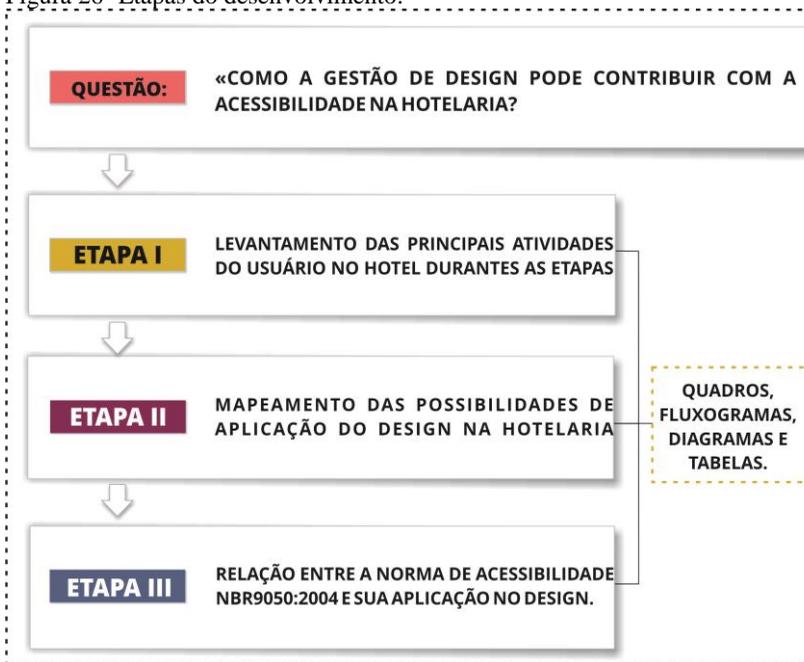
Conforme apresentado no item 1.3, a pesquisa é de natureza básica, quanto à forma de abordagem trata-se de uma pesquisa qualitativa onde não será requerido o uso de métodos e técnicas estatísticas. É, uma pesquisa exploratória quanto aos seus objetivos, pois segundo Gil (2008, p. 43) visa proporcionar uma visão geral de um determinado fato, do tipo aproximativo. A pesquisa tem caráter empírico com levantamento de dados secundários pelas pesquisas bibliográfica e documental tendo como temas principais: hotelaria, acessibilidade e Gestão de Design.

Para o desenvolvimento da Fase II foram utilizados diagramas, fluxogramas, quadros relacionando os dados encontrados na

fundamentação teórica da pesquisa e a Análise SWOT⁸. Esta análise possibilita identificar os pontos fortes e os pontos fracos no ambiente interno da empresa, bem como as ameaças e as oportunidades do ambiente externo, ou seja do mercado. A análise SWOT permitirá identificar as áreas de ação, servindo de base para a elaboração de estratégias (CARVALHO, 2014).

A Fase II que se iniciou após a fundamentação teórica, foi constituída por três etapas principais. As etapas são descritas nas subseções a seguir, conforme apresenta a Figura 26.

Figura 26- Etapas do desenvolvimento.



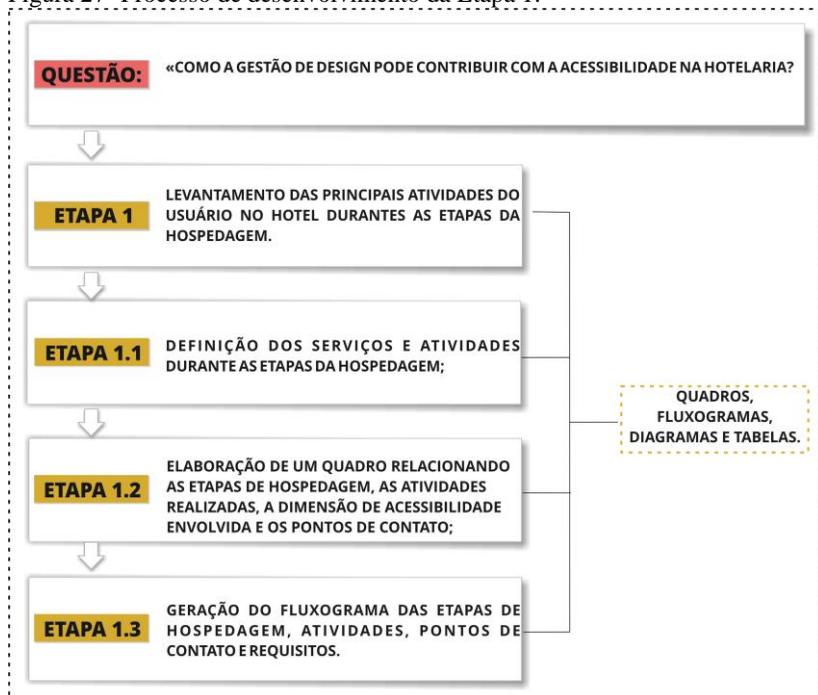
Fonte: Autoria própria (2015).

Conforme demonstrado pela Figura 30, a etapa 1 trata do levantamento das principais atividades do usuário no hotel durante as atividades da hospedagem. Para tanto, foram considerados os dados encontrados na pesquisa bibliográfica e dizem respeito aos serviços e

⁸ O termo SWOT origina-se do idioma inglês e representa as iniciais de *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças) (CARVALHO, 2014).

atividades de maior prioridade para pessoas com deficiência no turismo. Definidos os serviços e atividades foi elaborado um quadro que relaciona as etapas de hospedagem com as atividades realizadas, a dimensão de acessibilidade envolvida, bem como os pontos de contato. Posteriormente foi gerado um fluxograma, conforme demonstra a Figura 27.

Figura 27- Processo de desenvolvimento da Etapa 1.



Fonte: Autoria própria (2015).

A Etapa 2 trata do mapeamento das possibilidades de aplicação do design na hotelaria durante as etapas da hospedagem. Esta etapa foi realizada utilizando-se um diagrama que mostra os pontos de contato do usuário nas etapas de hospedagem com a aplicação do design, possibilitando a segmentação dos itens por habilitação do design.

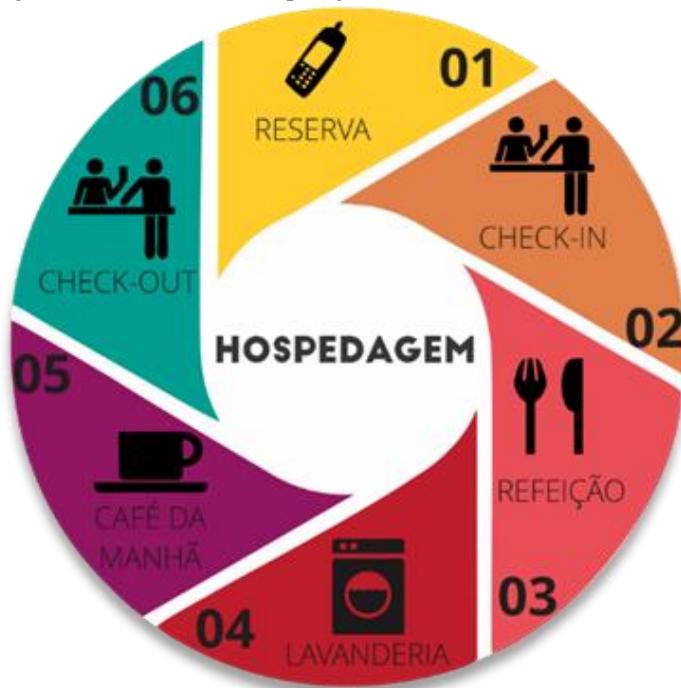
Tendo como base o diagrama elaborado na etapa 2, com a segmentação dos pontos de contato por habilitação do design, os itens da norma de acessibilidade NBR9050:2004 foram distribuídos por sua aplicação no design conforme as habilitações.

3.2. ATIVIDADES DO USUÁRIO NO HOTEL DURANTE AS TRÊS ETAPAS DE HOSPEDAGEM

Um dos primeiros pontos para a identificação das atividades do usuário no hotel é saber quais serviços são disponibilizados, como por exemplo serviços de restaurante, lazer, etc. Os serviços foram determinados com base na fundamentação teórica que apontou os elementos de maior prioridade para pessoas com deficiência no turismo que são: acomodação, locomoção no local de férias, chegada/partida, excursões, organização da viagem, atividades culturais, chegada/familiarização, serviços no local de férias, gastronomia, shopping e esporte.

Tais elementos ou atividades do turismo abrangem não somente o contexto do hotel, mas de todos os serviços e produtos necessários ao turismo e que englobam agentes e operadoras locais de turismo, rotas turísticas, restaurantes entre outros (BRASIL, 2009c). Porém, para fins desta pesquisa, as atividades analisadas serão as que simulam um hotel com os setores de reservas, recepção, alimentos e bebidas e governança com atividades de *checkin*, serviços de lavanderia, café da manhã, *checkout* e infraestrutura básica com estacionamento e restaurante, como mostra a Figura 28.

Figura 28- Atividades na hospedagem



Fonte: Autoria própria (2015).

Cada uma das atividades do usuário nas etapas de hospedagem envolvem as dimensões da acessibilidade necessárias para sua realização e que dizem respeito ao acesso, a circulação, a comunicação e a utilização.

Para facilitar a visualização das dimensões da acessibilidade no fluxograma das etapas de hospedagem foram desenvolvidos pictogramas durante o período de dezembro de 2014 a fevereiro de 2015 para cada dimensão.

O acesso é o requisito relacionado a condição espacial essencial para utilização do serviço. Pode ser o tamanho e a forma da porta, seu alcance por puxadores ou podem ser aclives ou ressaltos, mecanismos de abertura ou fechamento, por exemplo. A Figura 29 representa, nesta pesquisa, o acesso e a simbologia teve como embasamento o GDP (Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projeto) que tem como elemento gráfico representado no centro o ser humano e que propõe uma metodologia de projeto que centre sua atenção no ser humano (MERINO, 2014). Assim, a simbologia do acesso remete a todas as condições

especiais que devem ser projetadas centradas no usuário para que possibilitem a utilização do serviço por todos.

Figura 29- Representação da dimensão acesso



Fonte: Com base em (MERINO, 2014, p.91).

A circulação é o requisito relacionado a condição de um espaço ou de um serviço para nos mover confortavelmente em espaços de circulação (ligação) como a altura e a largura das passagens, rampas, escadas, elevadores, piso, inclinação, disposição dos mobiliários e iluminação. A circulação será representada por meio da Figura 30. A simbologia da ilustração considerou a Figura 29 como base, mas com o acréscimo de um degrau, representando os aspectos considerados na circulação.

Figura 30- Representação da dimensão circulação



Fonte: Com base em (ESPAÑA, 2006, p.94).

A comunicação é o requisito relacionado a condição de receber ou emitir mensagens corretamente em diferentes formas podendo variar o meio como painéis de informação e sinalização, a comunicação verbal, sinais táteis ou sonoros e visuais de maneira gráfica ou escrita, interativa ou não interativa. A comunicação será representada por meio da Figura 31. A simbologia da comunicação é representada nesta pesquisa por balões de diálogo.

Figura 31- Representação da dimensão comunicação



Fonte: Com base em (ESPANHA, 2006, p.94).

A utilização é o requisito relacionado a condição de fazer uso de vários elementos ou dispositivos associados com cada atividade relacionado com o alcance a pega e o acionamento como pegadores, travas em portas, puxadores e corrimãos, interfones, botão de elevador, interruptores de luz ou tomadas, torneiras, dispensadores de sabão, secadores de mão, máquinas pagamento, computadores, louças e talheres, etc. A utilização será representada por meio da Figura 32. A simbologia é representada por uma mão tendo em vista os acionamentos, alcances e pegas.

Figura 32- Representação da dimensão utilização



Fonte: Com base em (ESPANHA, 2006, p.94).

Assim, os itens relacionados ao acesso, a circulação, a comunicação e a utilização devem ser considerados como dimensões básicas para utilização de produtos e serviços hoteleiros e considerados os meios para alcançar uma hotelaria acessível (ESPANHA, 2006).

Por sua vez, tais atividades acontecem por meio de pontos de contato entre o usuário e o hotel. Os pontos de contato são os meios de interação pelos quais os usuários percebem os serviços antes, durante e depois da utilização, ou seja, na pré-hospedagem, hospedagem e Pós hospedagem.

A importância de mapear os pontos de contato do usuário durante as etapas da hospedagem está em garantir quesitos como qualidade, segurança e acessibilidade que podem ser fatores determinantes em sua interação com os pontos de contato (STICKDORN E ZEHRER, 2013).

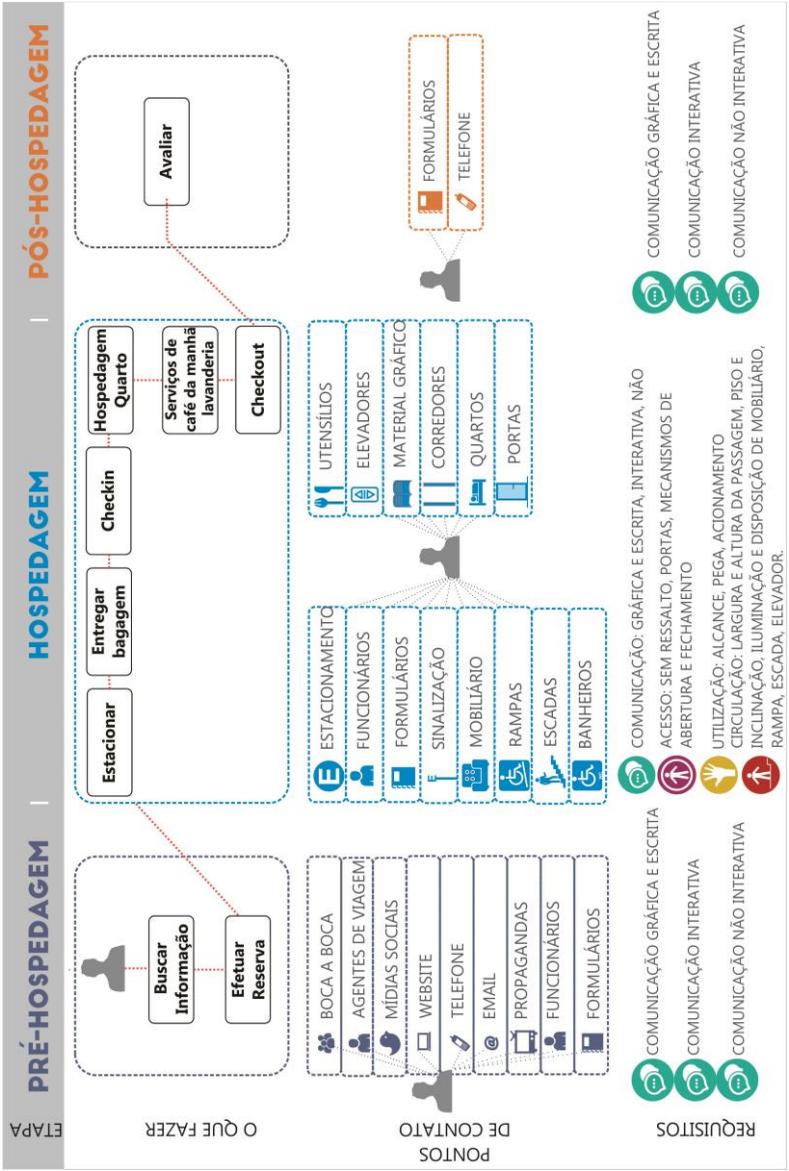
Assim sendo, o Quadro 6 foi elaborado afim de classificar as atividades de viagem conforme as etapas de hospedagem em que acontecem, identificar os pontos de contato envolvidos nas atividades, bem como as dimensões da acessibilidade necessárias a sua realização.

Quadro 6- Atividades, dimensão da acessibilidade e ponto de contato nas etapas de hospedagem

Etapas	Atividades	Dimensão	Ponto de contato
Pré-hospedagem	-Organização da viagem: buscar informação, efetuar reserva		Website, atendimento telefônico, Formulário de reserva, agências de viagem
Hospedagem	- Chegada: estacionar, entregar a bagagem, fazer check-in, -Acomodação: utilização do quarto - Serviços de governança e alimentação -Partida: <i>check-out</i>		Estacionamento, sinalização, recepção do hotel, funcionários, mobiliário, arquitetura (corredores, elevadores, quartos, banheiros, utensílios, material gráfico (cardápios, folder, formulários)
Pós hospedagem	- Avaliação do hotel		Formulários Website Newsletter

O Quadro 6 pode ser melhor visualizado por meio da Figura 33 em formato de fluxograma. O fluxograma apresenta as três etapas de hospedagens, dispostas em formato de coluna. Num primeiro nível estão as atividades que o usuário deve fazer durante as etapas de hospedagem. No segundo nível, estão os pontos de contato do usuário com o hotel e no terceiro nível estão as dimensões básicas para realização das atividades.

Figura 33- Fluxograma das etapas de hospedagem, atividades, pontos de contato e dimensões básicas e dimensões básicas



Fonte: Autoria própria (2014).

Um dos aspectos a se considerar no fluxograma (Figura 33) é quanto a presença da dimensão de comunicação em todas as etapas de hospedagem, indicando assim sua importância.

3.3. A MAPEAMENTO DO USO DE DESIGN NA HOTELARIA DURANTE AS TRÊS ETAPAS

A partir do fluxograma apresentado na Figura 33, foi possível visualizar os pontos de contato entre o usuário e o contexto do hotel nas diferentes etapas de hospedagem. Em cada ponto de contato evidencia-se a aplicação do design.

Nota-se que as possibilidades de aplicações do design aparecem em mais de uma habilitação, como por exemplo o mobiliário que pode ser atribuído ao design de produtos ou ainda ao design de ambientes.

Com base nestas habilitações do design, os pontos de contato mapeados foram classificados e posteriormente enquadrados quanto aos três momentos da hospedagem (pré-hospedagem, hospedagem e pós-hospedagem), conforme a Figura 34.

Figura 34- Aplicação das habilitações do design durante as etapas de hospedagem.



Fonte: Autoria própria (2014).

A Figura 34 apresenta uma segmentação da aplicação do design no contexto da hospedagem conforme sua habilitação que abrange, em aspectos gerais, o design gráfico, web design, o design de produtos, o design da informação e o design de ambiente.

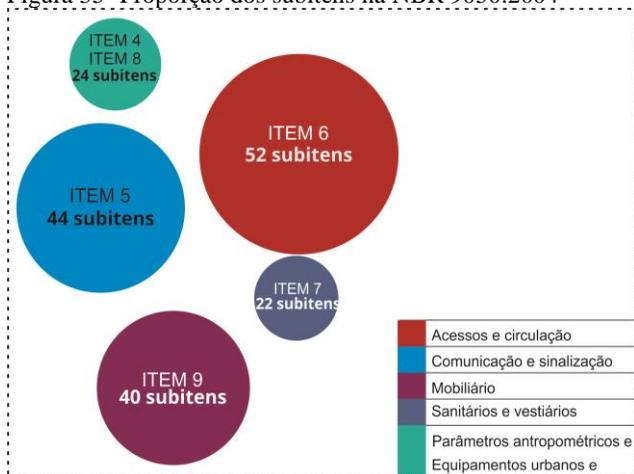
3.4. A RELAÇÃO ENTRE A NORMA NBR9050:2004 E A SUA APLICAÇÃO NO DESIGN

Com o objetivo de incorporar os requisitos da acessibilidade nas aplicações do design para uma condição equânime na utilização dos espaços hoteleiros, faz-se necessário relacionar os requisitos de acessibilidade e sua aplicação no design.

Os dispositivos legais nos meios de hospedagem para as certificações obrigatórias em acessibilidade partem da NBR 9050, na sua última versão no ano de 2004. Conforme mencionado no tópico 2.2.5, além da norma existem outras certificações porém voluntárias. Por essa razão a importância de se relacionar primeiramente a NBR9050.

A Norma inicia com algumas definições (itens 1, 2 e 3) e dá sequência por assuntos que são: 4. Parâmetros antropométricos, 5. Comunicação e sinalização, 6. Acessos e circulação, 7. Sanitários e vestiários, 8. Equipamentos urbanos e 9. Mobiliário. A Figura 35 representa a proporção dos subitens contidos na NBR 9050:2004.

Figura 35- Proporção dos subitens na NBR 9050:2004



Fonte: ABNT NBR9050 (2014).

A maior parte da norma NBR9050 trata de aspectos do ambiente físico que também são pertinentes ao design, porém não abrange todos os aspectos necessários para garantia da acessibilidade nas etapas de hospedagem, a exemplo a comunicação na *internet* que é um dos principais meios de comunicação para obtenção de informação acerca dos meios de hospedagem durante a etapa de pré-hospedagem (DARCY, 2010).

Sabendo-se disso, foi elaborado um diagrama contendo as etapas de hospedagem, os pontos de contato, as habilitações do design e por fim foram relacionadas os requisitos da NBR9050: 2004 que se aplicam as áreas específicas do design. Os pontos de contato estão dispostos em formato de coluna, agrupados por habilitação do design iniciando com *Webdesign*, seguido por design gráfico, design de produtos, design de informação, design de ambiente e design de moda. Os requisitos da NBR9050:2004 estão de igual forma dispostos em coluna, agrupados segundo item da Norma quanto a sua habilitação, iniciando no Item 5. Comunicação e sinalização seguindo a sequência do documento, conforme mostra a Figura 36.

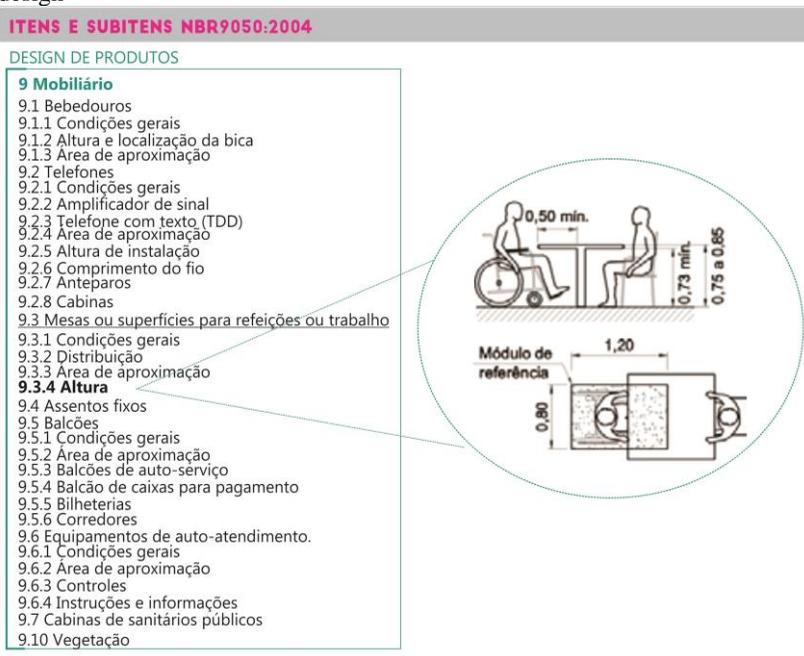
Figura 36- Relação entre os itens de acessibilidade e as habilitações do design.

PONTO DE CONTATO																											
WEB DESIGN			DESIGN GRÁFICO			DESIGN DE PRODUTOS			DESIGN DA INFORMAÇÃO			DESIGN DE AMBIENTE															
MÍDIAS SOCIAIS	WEBSITE	EMAIL	NEWSLETTER	LOGOTIPO	IDENTIDADE VISUAL	CATÁLOGOS	FORMULÁRIOS	CARDÁRIOS	(CARDIO DE VISITA	PAPELARIA	SINALIZAÇÃO DE PROFIA)	MATERIAL PUBLICITÁRIO	MOBILIÁRIOS	DISPLAYS	OBJETOS DECORATIVOS	UTENSÍLIOS	EMBALAGENS	ESTRUTURAS DE SINALIZAÇÃO	EQUIPAMENTOS ELETROELETRÔNICOS	PICTOGRAMAS	SINALIZAÇÃO	CÓDIGOS VISUAIS	MANUAIS TÉCNICOS	FACHADA	AMBIENTACÃO INTERNA	BANHEIROS E QUARTOS	DISPLAYS
ITENS E SUBITENS NBR9050:2004																											
WEB DESIGN						DESIGN DE PRODUTOS																					
5 Comunicação e sinalização 5.1 Formas de comunicação e sinalização 5.4 Símbolos 5.5 Sinalização visual						4 Parâmetros antropométricos 4.6 Alcance manual 4.6.1 Dimensões referenciais para alcance manual 4.6.2 Aplicação das dimensões referenciais para alcance lateral de pessoa em cadeira de rodas 4.6.3 Superfície de trabalho 4.6.4 Ângulos para execução de forças de tração e compressão 4.6.5 Empunhadura 4.6.6 Controles (dispositivos de comando ou acionamento) . 4.6.7 Altura para comandos e controles 4.7 Parâmetros visuais 4.7.1 Ângulos de alcance visual 4.7.2 Aplicação dos ângulos de alcance visual 4.8 Alcance auditivo																					
DESIGN GRÁFICO																											
5 Comunicação e sinalização 5.1 Formas de comunicação e sinalização 5.2 Tipos de sinalização 5.3 Informações essenciais 5.4 Símbolos 5.5 Sinalização visual 5.6 Sinalização tátil 5.9 Sinalização vertical 5.10 Sinalização de portas 5.11 Planos e mapas táteis 5.15 Sinalização de emergência 5.15.4 Sinalização de áreas de resgate						5 Comunicação e sinalização 5.1 Formas de comunicação e sinalização 5.2 Tipos de sinalização 5.3 Informações essenciais 5.4 Símbolos 5.5 Sinalização visual 5.6 Sinalização tátil 5.9 Sinalização vertical 5.10 Sinalização de portas 5.11 Planos e mapas táteis 5.15 Sinalização de emergência 5.15.4 Sinalização de áreas de resgate						5 Comunicação e sinalização 5.1 Formas de comunicação e sinalização 5.2 Tipos de sinalização 5.3 Informações essenciais 5.4 Símbolos 5.5 Sinalização visual 5.6 Sinalização tátil 5.9 Sinalização vertical 5.10 Sinalização de portas 5.11 Planos e mapas táteis 5.15 Sinalização de emergência 5.15.4 Sinalização de áreas de resgate						5 Comunicação e sinalização 5.1 Formas de comunicação e sinalização 5.2 Tipos de sinalização 5.3 Informações essenciais 5.4 Símbolos 5.5 Sinalização visual 5.6 Sinalização tátil 5.9 Sinalização vertical 5.10 Sinalização de portas 5.11 Planos e mapas táteis 5.15 Sinalização de emergência 5.15.4 Sinalização de áreas de resgate									
DESIGN DA INFORMAÇÃO																											
4 Parâmetros antropométricos 4.6 Alcance manual 4.6.1 Dimensões referenciais para alcance manual 4.6.2 Aplicação das dimensões referenciais para alcance lateral de pessoa em cadeira de rodas 4.6.3 Superfície de trabalho 4.6.4 Ângulos para execução de forças de tração e compressão 4.6.5 Empunhadura 4.6.6 Controles (dispositivos de comando ou acionamento) . 4.6.7 Altura para comandos e controles 4.7 Parâmetros visuais 4.7.1 Ângulos de alcance visual 4.7.2 Aplicação dos ângulos de alcance visual 4.8 Alcance auditivo						4 Parâmetros antropométricos 4.6 Alcance manual 4.6.1 Dimensões referenciais para alcance manual 4.6.2 Aplicação das dimensões referenciais para alcance lateral de pessoa em cadeira de rodas 4.6.3 Superfície de trabalho 4.6.4 Ângulos para execução de forças de tração e compressão 4.6.5 Empunhadura 4.6.6 Controles (dispositivos de comando ou acionamento) . 4.6.7 Altura para comandos e controles 4.7 Parâmetros visuais 4.7.1 Ângulos de alcance visual 4.7.2 Aplicação dos ângulos de alcance visual 4.8 Alcance auditivo						4 Parâmetros antropométricos 4.6 Alcance manual 4.6.1 Dimensões referenciais para alcance manual 4.6.2 Aplicação das dimensões referenciais para alcance lateral de pessoa em cadeira de rodas 4.6.3 Superfície de trabalho 4.6.4 Ângulos para execução de forças de tração e compressão 4.6.5 Empunhadura 4.6.6 Controles (dispositivos de comando ou acionamento) . 4.6.7 Altura para comandos e controles 4.7 Parâmetros visuais 4.7.1 Ângulos de alcance visual 4.7.2 Aplicação dos ângulos de alcance visual 4.8 Alcance auditivo						4 Parâmetros antropométricos 4.6 Alcance manual 4.6.1 Dimensões referenciais para alcance manual 4.6.2 Aplicação das dimensões referenciais para alcance lateral de pessoa em cadeira de rodas 4.6.3 Superfície de trabalho 4.6.4 Ângulos para execução de forças de tração e compressão 4.6.5 Empunhadura 4.6.6 Controles (dispositivos de comando ou acionamento) . 4.6.7 Altura para comandos e controles 4.7 Parâmetros visuais 4.7.1 Ângulos de alcance visual 4.7.2 Aplicação dos ângulos de alcance visual 4.8 Alcance auditivo									
DESIGN DE AMBIENTE																											
4 Parâmetros antropométricos 5 Comunicação e sinalização 6 Acesso e circulação 7 Sanitários e vestiários 8 Equipamentos urbanos 9 Mobilário						7 Sanitários e vestiários 7.4.1 Bancos 7.4.2 Armários 7.4.3 Cabinas						8 Equipamentos urbanos 8.2 Locais de reunião 8.2.1 Cinemas, teatros, auditórios e similares 8.2.2 Locais de exposições 8.2.3 Restaurantes, refeitórios, bares e similares. 8.3 Locais de hospedagem 8.3.1 Condições específicas 8.3.2 Cozinha 8.3.5 Locais de esporte, lazer e turismo 8.5.1 Esporte 8.5.2 Piscinas 8.5.3 Parques, praças e locais turísticos						9 Mobilário 9.1 Bebedouros 9.1.1 Condições gerais 9.1.2 Altura e localização da bica 9.2 Área de aproximação 9.2.1 Telefones 9.2.1 Condições gerais 9.2.2 Amplificador de sinal 9.2.3 Telefone com texto (TDD) 9.2.4 Área de aproximação 9.2.5 Altura de instalação 9.2.6 Comprimento do fio 9.2.7 Anteparos 9.2.8 Cabinas 9.3 Mesas ou superfícies para refeições ou trabalho 9.3.1 Condições gerais 9.3.2 Distribuição 9.3.3 Área de aproximação 9.3.4 Altura 9.4 Assentos fixos 9.5 Balcões 9.5.1 Condições gerais 9.5.2 Área de aproximação 9.5.3 Balcões de auto-serviço 9.5.4 Balcão de caixas para pagamento 9.5.5 Bilheteria 9.5.6 Corredores 9.6 Equipamentos de auto-atendimento. 9.6.1 Condições gerais 9.6.2 Área de aproximação 9.6.3 Controles 9.6.4 Instruções e informações 9.7 Cabinas de sanitários públicos 9.10 Vegetação									

Fonte: Autoria própria (2014).

A relação entre os itens de acessibilidade da NBR9050:2004 e as aplicações no design se estabelece conforme aquilo que é solicitado pela norma e a tarefa de cada habilitação do design. A exemplo o Item 9. Mobiliário diz respeito ao design de produto, já que trata das características que as mesas ou superfícies para refeições ou trabalho devem ter (Subitem 9.3 da NBR9050:2004), conforme mostra a Figura 37.

Figura 37-Exemplificação da relação entre a NBR9050:2004 e habilitação do design



Fonte: Com base na NBR9050 (2004, p.92).

Salienta-se que o objetivo do panorama é dar subsídios para que o gestor de design proponha ações na hotelaria que melhorem a acessibilidade ou que não venha a desconsiderar no projeto aspectos essenciais para o bem estar das pessoas.

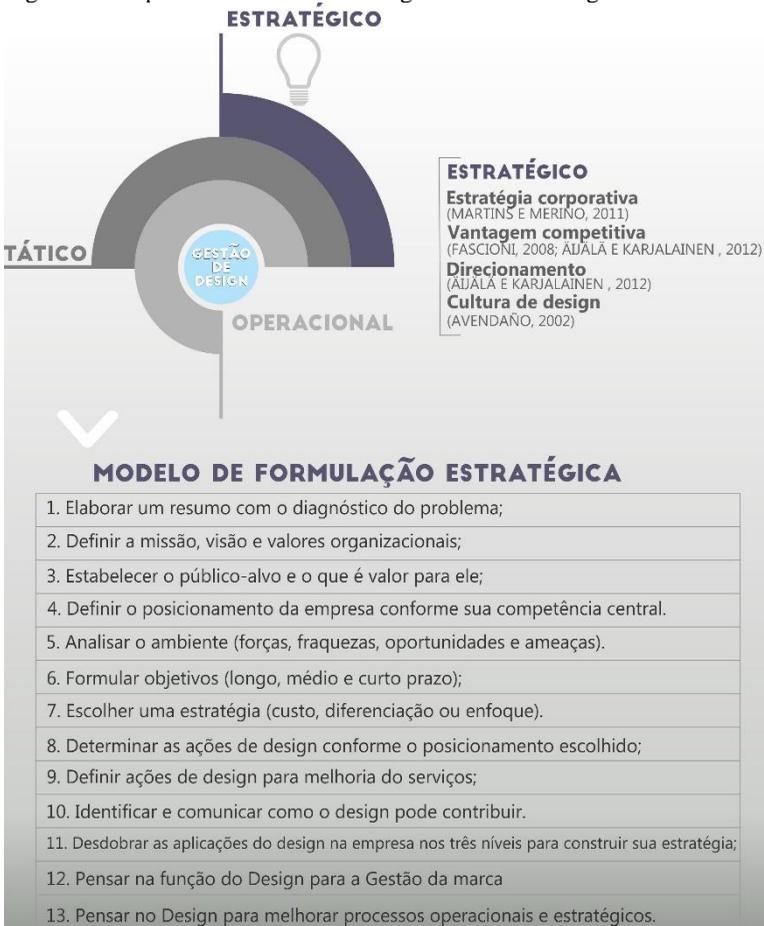
Os itens da NBR9050 que foram relacionados a Web Design tratam da comunicação e sinalização com símbolos internacionais que precisam ser padronizados e de conhecimento de todos. No Design

gráfico além dos símbolos internacionais foram relacionadas as sinalizações de placas e mapas táteis. No Design de Produto foram relacionados os parâmetros antropométricos que se fazem necessários na projeção de mobiliários e outros, itens de comunicação e sinalização, itens quanto a bancos, armários e cabinas, itens de equipamentos urbanos e mobiliário. No Design de Informação por tratar de sinalização e códigos visuais, foram relacionados os itens de parâmetros antropométricos e os itens de comunicação e sinalização. No Design de ambientes por projetar espaços, interiores, assim como mobiliários e fachadas todos os itens foram relacionados. No Design de moda nenhum item foi relacionado.

4. RESULTADOS

A Gestão de Design em seu nível estratégico diz respeito a quatro aspectos essenciais, conforme abordado anteriormente, que são: a estratégia corporativa, a vantagem competitividade, o direcionamento e a cultura de design. O modelo de formulação estratégica proposto por Martins e Merino (2011) e demonstrado na Figura 38 auxilia o gestor na definição dos quatro aspectos essenciais da Gestão de Design no nível estratégico.

Figura 38- Aspectos da Gestão de Design no nível estratégico



Fonte: Autoria própria (2014).

Com base no nível estratégico e questões a serem tratadas no modelo os demais níveis da gestão podem ser definidos. Assim, um primeiro ponto a considerar é a estratégia corporativa. A estratégia é o modo como uma empresa irá competir para obter vantagem competitiva (PORTER, 1989).

Por sua vez, a vantagem competitiva segundo o autor, surge do valor que uma empresa consegue gerar para seus clientes e que ultrapassa o custo de produção ou operação pela empresa (PORTER, 1989). Assim, estes dois aspectos se relacionam e quando determinados por um direcionamento organizacional alinhado a uma cultura de design influenciarão o valor percebido pelos consumidores. O Valor percebido dos consumidores está baseado em suas crenças a respeito do produto ou serviço, suas experiências, desejos, necessidades, contextos de compra e uso, e expectativas (MARTINS E MERINO, 2011) COSTA, 2008; FINIZIO, 2002).

A Figura 39 mostra essa relação, da Gestão de Design no nível estratégico, aplicada a questão de pesquisa: Como a gestão de design pode contribuir com a acessibilidade na hotelaria?

Figura 39- Como a gestão de design pode contribuir com a acessibilidade na hotelaria no nível estratégico?



Fonte: Autoria própria (2014).

Quanto as ações da Gestão de Design no nível estratégico deverá ser considerado inicialmente o problema diagnosticado e apresentado no primeiro item em forma de resumo, ou seja, a situação da acessibilidade na hotelaria, considerando-se o que foi apontado na fundamentação teórica de que existe uma inadequação das instalações e equipamentos nas edificações turísticas, espaços de lazer e desqualificação dos serviços para um atendimento diferenciado no que se refere a acessibilidade (UNWTO, 2013; DARCY, 2010 BRASIL, 2009a; PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006).

Quanto as ações da Gestão de Design no item 2, a Visão é o propósito da empresa e deve ser orientada para as necessidades básicas dos clientes e a visão é o que a empresa deseja atingir no futuro (MARTINS e MERINO, 2011). Os valores relacionam-se a cultura corporativa definida como as convicções e normas que irão nortear a empresa para que cumpra a missão e alcance a visão organizacional (KOTLER, 2007). O item 2 foi exemplificado com a missão, visão e valores. Missão: “Proporcionar experiências de felicidade a todas as pessoas que se hospedam ou visitam o hotel apor meio dos diversos tipos de turismo (Rural, Aventura, Ecoturismo, Estudos e Intercâmbio, Negócios e Eventos, Social)”. Visão: “Tornar-se referência no turismo de lazer, por meio da constante qualificação e inovação e excelência com o compromisso socioambiental, cultural e de sustentabilidade, possibilitando experiências encantadoras a todos os nossos clientes”. Valores: Respeito pela vida, integridade, Ética e Transparência.

Quanto as ações da Gestão de Design no item 3, considera-se como público-alvo todas as pessoas (incluindo pessoas com deficiência e mobilidade reduzida) e como valor, o atendimento das necessidades primordiais do turista com deficiência que, de acordo com Michopoulou e Buhaliso (2013), podem ser agrupadas em três categorias principais: de acessibilidade arquitetônica ou física, de disponibilidade de informação sobre acessibilidade e de que estas informações estejam disponíveis on-line e de maneira acessível.

As ações da Gestão de Design no item 4, quanto ao posicionamento significa atingir a singularidade perante o cliente em relação as outras empresas. No exemplo do Hotel Parque dos Sonhos sua competência central é o lazer com acessibilidade, portanto, o hotel se posiciona como hotel acessível no segmento de turismo responsável ou social.

O item 5 trata da exemplificação de ações da Gestão de Design no nível estratégico por aplicar a análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças aplicadas a um hotel com acessibilidade, conforme mostra a

Figura 40. As forças se relacionam a proposta de valor da empresa, seu diferencial e o que a torna singular. Foram exemplificadas como forças de um hotel acessível a própria acessibilidade física, as informações sobre a acessibilidade do hotel e informações acessíveis na internet. Ainda poderiam ser consideradas forças atendimento diferenciado; boa localização; serviço diferenciado; formas de pagamento; política de salários; qualidade dos produtos e serviços; Comprometimento da equipe; Recursos financeiros abundantes; líder no segmento; Marca forte; parcerias com outras empresas. As fraquezas do serviço poderiam se relacionar a infraestrutura (espaço muito pequeno); pouca variedade de serviços; mau atendimento (profissionais despreparados); demora (*delay*) na entrega de dos serviços; problemas operacionais; demora na resolução dos problemas apresentados. As oportunidades dizem respeito ao tamanho do mercado e sua disponibilidade, os nichos e segmentos, também incentivos fiscais; aumento da demanda pelo serviço (aumento do número de clientes); surgimento de novas tecnologias; envelhecimento populacional, mudanças nas necessidades dos clientes. As ameaças dizem respeito ao poder de barganha do cliente, concorrência, diminuição da demanda devido à crise econômica (retração da economia); mudanças climáticas; mudanças governamentais e legislativas (políticas restritivas).

Figura 40- Análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças



Fonte: Autoria própria (2015).

O item 6 quanto a formulação de objetivos a longo, médio e curto prazo foram exemplificadas ações da Gestão de Design no nível

estratégico como um hotel que busca atuar no segmento de turismo acessível, assim seu objetivo a longo prazo poderia ser tornar-se o melhor hotel de turismo acessível do Brasil. A médio prazo, receber a certificação de acessibilidade ABNT NBR 9050 e em curto prazo, diagnosticar a acessibilidade no hotel.

O item 7, na escolha de uma estratégia (custo, diferenciação ou enfoque) foram exemplificadas ações da Gestão de Design no nível estratégico com base no Hotel Parque dos Sonhos em que a percebe-se a estratégia de diferenciação em ser o “Melhor para pessoas com deficiência”. O título foi obtido em 2014, conferido pela *World Travel Mark* em Londres.

Os itens 8, 9, 10 e 11 se referem a ações de design que serão desdobradas nos níveis tático e operacional.

O item 12 se refere as ações de design na gestão da marca. Nesse aspecto se determinam a estratégia da marca, a experiência da marca, a identidade da marca e a Gestão interna da marca.

O item 13 se refere a ações da Gestão de Design para melhorar processos operacionais e estratégicos por meio do design. O desempenho operacional pode ser medido com indicadores não financeiros, como tecnologia, inovação e qualidade (BRITO E BRITO; 2012). Por sua vez, o desempenho organizacional poderá se dar pelo contexto ambiental competitivo e seus resultados desejados como, por exemplo: a satisfação do cliente, a liquidez, a marca, entre outros (BRITO E BRITO; 2012, p.73). Assim, as ações da Gestão de Design no nível estratégico que considerem fatores como tecnologias incluindo as assistivas, inovação nos serviços, qualidade das instalações e atendimento, a marca e a satisfação do cliente por exemplo, estarão melhorando o desempenho operacional e organizacional.

Passando-se para as ações da Gestão de Design no nível tático estão as necessidades dos clientes, as oportunidades de mercado e os conceitos de produtos únicos. Os conceitos de produtos e serviços únicos devem ser formulados com base nas necessidades dos clientes e onde haja oportunidade de mercado, como demonstrado na Figura 41.

Figura 41- Ações da Gestão de Design no nível tático



Fonte: Autoria própria (2015).

Quanto as ações da Gestão de Design no nível tático, conforme pesquisado, devem partir da constatação de que existe uma lacuna no atendimento das necessidades das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida e que, dentro de um perfil de usuários que se utilizam dos produtos e serviços hoteleiros, tem uma previsão de demanda crescente considerando-se o envelhecimento da população mundial (UNWTO, 2013; PERFIL, 2013).

De acordo com o Censo realizado em 2010 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) aponta para cerca de 46 milhões de brasileiros (24% da população) com deficiência intelectual, motora, visual e auditiva. Portanto, existe uma necessidade não atendida desse público-alvo e uma oportunidade já que segundo Kotler (2007), uma oportunidade existe quando a empresa pode lucrar ao atender às necessidades dos consumidores de um determinado segmento.

Assim para determinar ações da Gestão de Design no nível tático quanto as necessidades dos clientes, faz-se necessário relacionar as dimensões da acessibilidade necessárias à realização de atividades, durante a hospedagem, pré-hospedagem e pós-hospedagem, com os pontos de contato levantados na hotelaria. Também relacionar as atribuições do design quanto às normas exigidas em cada etapa, buscando atribuir o papel do design na aplicação projetual.

Uma outra ação da Gestão de Design no nível tático está por estabelecer o conceito de produtos únicos. A pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo “Estudo do Perfil de Turistas – Pessoas com Deficiência” (BRASIL, 2013), constatou que o sentimento de superação, a liberdade e a autonomia são alguns dos principais elementos motivadores dos viajantes. Assim, eles não querem apenas a acessibilidade, mas serviços que propiciem esses aspectos motivadores. Tais informações dão base para propostas de serviços diferenciados a esse público-alvo.

Quanto as ações da Gestão de Design no nível operacional está a gestão da equipe de design, as soluções projetuais e a eficiência e a eficácia projetual. Ao coordenar processos de design por meio de métodos de desenvolvimento e ferramentas, a gestão de design pode oportunizar vantagem competitiva as organizações (MOZOTA,2011). Como ações da Gestão de Design no nível operacional menciona-se a gestão da equipe de design no qual deverá ter uma composição multifuncional em que todas as restrições do design durante a hospedagem estejam representadas. Por restrição compreende-se todas as habilitações de design que devem cumprir obrigatoriedades com relação a norma técnica NBR9050:2004.

Outras ações ainda da Gestão de Design no nível operacional está a introdução dos especialistas conforme o estágio do projeto (pré-hospedagem, hospedagem e pós-hospedagem) e a integração do design na formulação de serviços desde o estágio inicial do projeto (MOZOTA, 2011). A Figura 42 apresenta a gestão de design no nível operacional.

Figura 42- Gestão de Design no nível operacional



Fonte: Autoria própria (2015).

A Gestão de Design atuando nos três níveis de gestão: estratégico, tático e operacional constitui-se num conjunto de atividades de diagnóstico por meio de análises dos ambientes tanto externo quanto interno; de coordenação de atividade de design e de participação ativa do design nas decisões dos produtos-serviços. Assim, atuando no nível estratégico, o design poderá ser utilizado um catalisador para alterar o âmbito e direção da organização introduzindo conceitos como o turismo para todos. No nível tático, o design pode ser usado como um gerador de conceitos diferenciadores e serviços únicos considerando as necessidades das pessoas com deficiência e os objetivos do negócio. No nível operacional, o gestor de design se concentrará na eficiência e eficácia da própria equipe de design assegurando que as questões de segurança e acessibilidade estejam sendo consideradas adequadamente nos projetos realizados.

5. CONCLUSÕES

Este capítulo reúne as principais conclusões da pesquisa explorando as contribuições desta pesquisa para o conhecimento da área, revisando os objetivos específicos e procurando responder a questão de pesquisa. O capítulo finaliza com sugestões de pesquisas futuras.

5.1. CONTRIBUIÇÕES PARA O CONHECIMENTO

A questão da acessibilidade na hotelaria parte de uma demanda por um serviço de turismo (a hospedagem) e da adequação de ambientes e serviços à necessidade das pessoas, possibilitando que todos usufruam os serviços hoteleiros em igualdade de direitos. Nesta aferição as partes envolvidas diretamente são: o segmento hoteleiro, que conforme apontado na pesquisa apresenta suas características setoriais e dificuldades a serem enfrentadas, e o usuário englobando aquelas pessoas com algum tipo de deficiência (visual, mental, física, auditiva e mobilidade reduzida).

No entanto, a questão da acessibilidade na hotelaria envolve, além de agentes do turismo como bares, restaurantes, agências de turismo, transporte, entretenimento, entre outros; os políticos, as organizações e a sociedade de modo geral. Neste último, destaca-se o designer que tem como papel deontológico da profissão, a humanização das tecnologias como fator central de projeção, conforme propõe ICSID (2014).

Ao tratar das ações da Gestão de Design na hotelaria tendo em vista a acessibilidade a pesquisa abordou quatro temáticas:

- O contexto da hotelaria;
- As questões legislativas e normativas de acessibilidade na hotelaria.
- O contexto do usuário na hotelaria e
- A participação do design na hotelaria.

O alinhamento de tais temáticas possibilitou propor ações Gestão de Design nos três níveis: estratégico, tático e operacional. Além das ações propostas foi elaborado um mapeamento da acessibilidade na hotelaria, identificando as fragilidades e potencialidades desta. Também, uma das relevantes contribuições da pesquisa para a área de Gestão de Design, está no cruzamento das temáticas fazendo uma interlocução entre os aspectos pertinentes à acessibilidade e a Gestão de Design na hotelaria,

bem como da Norma NBR9050:2004 com sua aplicação no design. Com isso, foi possível alcançar o objetivo geral da pesquisa de identificar oportunidades de ações da Gestão de Design nos três níveis de atuação-estratégico, tática e operacional- que possam contribuir com a acessibilidade na hotelaria.

Neste sentido, além das contribuições já citadas, os fluxogramas, pictogramas e quadros gerados podem auxiliar na compreensão da questão da acessibilidade na hotelaria. Além disso, algumas considerações podem ser tecidas servindo também como contribuição da pesquisa para o avanço das questões da Gestão de Design e da acessibilidade na hotelaria.

5.2. REALIZAÇÃO DOS OBJETIVOS DE PESQUISA

Os resultados da pesquisa, delimitados nos objetivos específicos, contribuíram para obter uma resposta para a pergunta inicial desta dissertação: Como a Gestão de Design pode contribuir para acessibilidade na hotelaria?

Ao levantar informações sobre o contexto da hotelaria e suas principais características foi possível identificar as dificuldades enfrentadas pelo setor destacando-se a questão da sazonalidade que poderia ter seus efeitos amenizados se englobasse as pessoas com deficiência que, de acordo com a pesquisa, estão mais dispostas a fazer turismo em épocas de baixa temporada e que viajariam mais se existissem melhores condições de acessibilidade. Tais características foram obtidas por meio do objetivo específico de obter informações quanto à necessidade do usuário com deficiência e/ou mobilidade reduzida no contexto da hotelaria.

Ainda com relação ao contexto da hotelaria para melhores condições de acessibilidade e de competitividade, menciona-se os ajustes necessários no próprio sistema brasileiro de classificação de hotéis (SBclass), que conforme analisado na pesquisa determina 195 requisitos que avaliam a categorização de hotéis, sendo que nenhum relaciona-se à acessibilidade ou a pessoas com deficiência.

A constatação da ausência de requisitos de acessibilidade no SBclass foi ao encontro da situação diagnosticada da acessibilidade na hotelaria. A pesquisa analisou algumas iniciativas governamentais e privadas que visam prover informações sobre a acessibilidade nos hotéis. Foi possível verificar que algumas das cidades como Florianópolis, considerada pelo IBGE (2011) como uma das regiões metropolitanas de destaque em termos de redes de hospedagem, não estão avaliadas nos

guias disponibilizados pelo governo federal. A pesquisa também realizou uma análise do guia Brasil para todos e constatou que de onze hotéis apresentados no guia, apenas dois hotéis estão dentro da quantidade mínima de quartos adaptados especificados pela NBR 9050 (2004) e seis hotéis não possuíam quartos adaptados.

Quanto a identificação da participação da Gestão de Design na hotelaria, por meio de revisão sistemática da literatura foram encontrados três artigos relacionados ao tema da pesquisa, constatando-se que existe uma lacuna em pesquisas científicas com este enfoque e um indicativo de espaço para crescimento de estudos nos processos de design na hoteleira para incremento da competitividade pela Gestão de Design.

O próximo objetivo específico trata de relacionar aspectos pertinentes à acessibilidade e a recomendação da Norma NBR9050:2004 ao que se aplica ao design. Neste sentido, um dos primeiros pontos a analisar seria quanto a falta de requisitos e obrigatoriedades de acessibilidade na comunicação interativa. Destaca-se que embora essa falta de requisitos para a web possa ser suprida pelos padrões estabelecidos pelo Consórcio *World Wide Web* (W3C)⁹, estes não são exigidos e aplicados como deveriam.

Uma outra fragilidade detectada é quanto a falta de informações prévias completas e confiáveis sobre as condições dos edifícios e instalações, assim como a acessibilidade dos serviços oferecidos (DARCY, 2010; SIMONETTI; WEBER; FERNÁNDEZ, 2010; PINTO, 2007; ESPANHA, 2006).

Além disso, menciona-se que a Norma NBR9050:2004 trata da acessibilidade arquitetônica e não considera a acessibilidade atitudinal, ficando a segundo plano.

O último objetivo específico trata de propor ações da Gestão de Design na nos três níveis de atuação (estratégico, tático e operacional). Neste sentido, foram exemplificadas ações da Gestão de Design considerando-se um hotel acessível e que todas as ações de design considerassem produtos e serviços acessíveis.

Finalizando-se as conclusões, faz-se necessário pontuar a limitação da pesquisa quanto a carência de artigos científicas que abordem a atuação da Gestão de Design na hotelaria e do contexto da atuação do design no segmento hoteleiro.

⁹ A W3C é uma comunidade internacional que desenvolve padrões com o objetivo de garantir o crescimento da web e que incluem a acessibilidade.

5.3. RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS

A Gestão de Design na hotelaria é um assunto pouco explorado no âmbito acadêmico, assim também como estudos do design na hotelaria que demonstrem sua aplicação e resultados.

Dado este fato, e tendo esta dissertação de mestrado um enfoque nas questões de acessibilidade, ficam possibilidades de investigação futura questões como o fator diferenciador e competitivo do design na hotelaria considerando-se além da acessibilidade, questões como a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Também, tendo em vista que a Norma de acessibilidade NBR9050:2004 não leva em consideração a experiência do usuário, recomenda-se pesquisas futuras com enfoque na experiência dos usuários na hotelaria considerando-se o design de experiência e o design de serviços.

Outras investigações ainda poderiam considerar a aplicação de pesquisas demonstrem o valor econômico e a percepção de valor junto aos hóspedes quanto a acessibilidade na hotelaria.

7. REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, 2004.

ÄIJÄLÄ, Enni; KARJALAINEN, Toni-matti. Design strategy and its strategic nature. **International Design Business Management Program**, Helsinki, v. 2, n. 1, p.22-37, 2012. Aalto University.

ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo, L.; JORGE, Wilson. E. **Hotel: planejamento e projeto**. São Paulo: SENAC, 2000. 246p.

ARGENTINA. Rodrigo Ramírez. Ministerio da Industria (Org.). **Guía de buenas prácticas de diseño: Herramientas para la gestión del diseño y desarrollo de productos**. 2012. 128p. Disponível em: <http://www.inti.gov.ar/prodiseno/pdf/GBP_completo.pdf>. Acesso em: 16 maio 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DO ESTADO DE SÃO PAULO [ABIH SP] (São Paulo). **Associação Brasileira da Indústria de Hotéis. Acessibilidade e inclusão na hotelaria e no turismo e na hotelaria**. 2015. Disponível em: <<http://www.abihsp.com.br/noticia/265/2015-04-13/acessibilidade-e-inclusao-na-hotelaria-e-no-turismo-nacional>>. Acesso em: 16 maio 2015.

AYALA, HANA. Resort landscape systems. A design management solution. **Tourism Management**. V. 12, n. 4, p. 280–290, 1991.

AVENDAÑO, Luis Emiliano Costa. Resgate do protagonismo do desenhista industrial por meio da Gestão do Design. **Revista do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Fauusp**, São Paulo, v. 1, n. 17, p.34-45, jun. 2005. ISSN: 1518-9554. Disponível em: <http://www.fau.usp.br/public/pos/17/revista_pos_17.pdf>. Acesso em: 17 maio 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. Governo Federal. **Missão**. 2015a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/missao/index.html>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa Com Deficiência. Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República. **Capacitação em Acessibilidade**. 2015b. Disponível em: <[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/\[field_generico_imagens-filefield-description\]_72.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/[field_generico_imagens-filefield-description]_72.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Guia turismo acessível**. 2014a. Disponível em: <<http://www.turismoacessivel.gov.br/ta/>>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Ministério do Desenvolvimento. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX). **Diagnóstico do Design Brasileiro**. 2014b. Disponível em: <http://www.cbd.org.br/wp-content/uploads/2013/01/Diagnostico_Design_Brasileiro_Web.pdf>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo do Perfil de Turistas – Pessoas com Deficiência**. 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/download_s_publicacoes/Estudo_de_dem_turistas_pessoas_com_def_DocCompleto_12.2013.pdf>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Tribunal de Contas da União. **Acessibilidade nos órgãos públicos federais** / Tribunal de Contas da União; Relatora Ministra Ana Arraes – Brasília: TCU, Secretaria de Fiscalização e Avaliação de Programas de Governo, 2012. 106 p. Disponível em: <<http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2534475.PDF>>. Acesso em: 11 out. 2013.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Guia Muito Especial**. 2011. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/download_s_publicacoes/Guia_Novos_Rumos.pdf>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília, DF, 2010a.

_____. Ministério do Turismo. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional** - 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Brasília, DF, 2010b.

_____. Ministério do Turismo. **Cartilha de orientação básica: Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem**. Brasília, DF, 2010c.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo Acessível: Introdução a uma Viagem de Inclusão**. Volume I. Brasília: Ministério do Turismo, 2009a, 48 p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo Acessível: Bem Atender no Turismo Acessível**. Volume III. Brasília: Ministério do Turismo, 2009b, 60 p.

_____. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Ministério do Turismo. **Turismo e acessibilidade: manual de orientações**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. 294 p.

_____. Constituição (2004). **Decreto nº 5.296, de 02 de dezembro de 2004**. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Lei. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____. **Manual de Recepção e Acessibilidade de Pessoas com Deficiência a Empreendimentos e Equipamentos Turísticos**. EMBRATUR. Brasília, 2001.

BECKER, Cherylynn; OLSEN, Michael D. Exploring the relationship between heterogeneity and generic management trends in hospitality organizations. **International Journal of Hospitality Management**. Kansas, p. 39-52. mar. 1995.

BEST, K. 2012. **Fundamentos de Gestão do Design**. Porto Alegre, Bookman, 208 p.

BRITO R.P.; BRITO L.A.L. **Vantagem Competitiva, Criação de valor e seus efeitos sobre o Desempenho.** RAE - Revista de Administração de Empresas, vol. 52, n. 1, jan-fev 2012.

CARVALHO, Paula Alexandra A. Barreiros. **O *Balanced Scorecard* e a sua aplicação às PME, num contexto de crise econômica:** A Design Box, Lda. como estudo de caso. 2014. 71 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão de Empresas, Departamento de Ciências Económicas, Empresarias e Tecnológicas, Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/417/1/DissertacaoMestradoImprensa.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira.** 9ª edição. Caxias do Sul: EDUSC, 2003. 732p.

COSTA, Fabrizia Valle Da. **Gestão ambiental em hotéis:** Avaliando o comportamento voluntário de um resort brasileiro. 2011. 139 f. Dissertação (Mestre) - Curso de Economia, Departamento de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de Brasília (unb), Brasília, 2011.

COSTA, Maria Auxiliadora Leite. **O design como modelo estratégico.** In: COLÓQUIO DE MODA, 4. 2008, Novo Hamburgo. Anais do 4º Colóquio de Moda. Novo Hamburgo: Universidade Positivo, 2008. v. 1, p. 1 - 10. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/37560.pdf>. Acesso em: 16 maio 2015.

DARCY, Simon. Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. **International Journal of Hospitality Management.** Australia, p. 816-826. Set. 2010.

DARCY, Simon; PEGG, Shane. Towards Strategic Intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. **International Journal of Hospitality Management,** Australia, v. 30, n. 2, p.468-476, jun. 2011. DOI: 10.1016/j.ijhm.2010.09.009.

DCMS, Department for Culture Media and Sport. **Accessible tourism:** Making it work for your business. 2013. UK. Disponível em:

<<http://www.swtourismalliance.org.uk/files/download.php?m=documents&f=100602142154-Accessibletourismb>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

DESIGN MANAGEMENT INSTITUTE [DMI] (Boston) (Org.). **What is Design Management?** Disponível em: <http://dmi.site-ym.com/?What_is_Design_Manag>. Acesso em: 16 maio 2015.

ESPAÑA. Fernando Alonso López. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Org.). **El hotel accesible: Guía para su diseño, organización y gestión.** Madrid: Instituto de Mayores y Servicios Sociales (imserso), 2006. 230 p. Colección Manuales y Guías Serie Servicios Sociales. Disponível em: <<http://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/hotelaccesible.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2014.

FASCIONI, Lígia. **Considerações sobre a formação dos gestores de Design no Brasil.** 2008. Disponível em: Acessado em 22 de setembro de 2013.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA [FIESC] (Santa Catarina). **Santa Catarina em dados.** 2012. 152 p. Disponível em: <<http://www2.fiescnet.com.br/web/recursos/VUVSR016RXdNUT09>>. Acesso em: 16 maio 2015.

FERNANDES, Júlio César Felix de Alencar. **Abordagem da ergonomia para a análise da acessibilidade de uma instituição de longa permanência para idosos da cidade de Natal - RN.** 2012. 192 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Departamento de Centro de Tecnologia Programa de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012.

FUNDACIÓN PRODINTEC (Espanha) (Ed.). **DISEÑO ESTRATÉGICO: Guía Metodológica.** ISBN 978-84-613-7711-4. Disponível em: <http://www.prodintec.es/catalogo/ficheros/aplicaciones/fichero_16_4747.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2015.

GINO, Finizio. **Design e management: Gestire l'idea.** Milano: Skira, 2002. 245 p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2010. 200 p.

_____, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

GODINHO, F. **Noções de Acessibilidade à Web**. 2010. Disponível em: <<http://www.acessibilidade.net/web/>>. Acesso em: 13 jan. 2014.

GORB, Peter. **Design Management**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1990. 184 p.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Serviços de Hospedagem 2011 - Municípios das Capitais: comentários gerais**. 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/psh/2011/comentarios.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2015.

_____, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

JORNAL DE SANTA CATARINA (Santa Catarina). **Projeto incentiva roteiros alternativos para o turismo em Santa Catarina**. 2014. Disponível em: <<http://www.gestaosindical.com.br/projeto-incentiva-roteiros-alternativos-turismo-e.aspx>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

KOTLER, Phillip; ARMSTRONG, Gary. **Administração de Marketing: Princípios de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007. 624p.

_____, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 726 p. Tradução da 9ª Edição Norte-Americana.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, publicações e trabalhos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 258 p

MARTINS, R. F. de F.; MERINO, E. A. D. **A gestão de design como estratégia organizacional**. Londrina, PR: Eduel, 2011. 222 p.

MELO, Amanda Meincke; COSTA, Jean Braz da; SOARES, Sílvia C. de Matos. **Tecnologias Assitivas**. In: PUPO, Deise Tallarico; Melo, Amanda Meincke Melo; Ferres. *Acessibilidade: discurso e prática no cotidiano das bibliotecas*. São Paulo: UNICAMP, 2006. Disponível em: <styx.nied.unicamp.br/todosnos/artigos.../livro_acessibilidade_bibliotecas.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2013.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **Metodologia para a prática Projetual do Design**: com base no Projeto Centrado no Usuário e com ênfase no Design Universal. 2014. 212 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Programa de Pós graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<http://tede.ufsc.br/teses/PEPS5573-T.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2015.

MICHAELIS (Brasil). Uol. **Dicionário de Português Online**: Significado de "acessibilidade". 2009. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=acessibilidade>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

MICHOPOULOU, Eleni; BUHALIS, Dimitrios. Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism. **Information & Management**, Buxton, v. 50, p.229-239, 15 abr. 2013.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Gestão do Design**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 344p.

NICKEL, Elton Moura. **Sistematização da implementação de tecnologia assistiva para o contexto educacional de tecnologia assistiva para o contexto educacional**. 2012. 246 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Departamento de Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

NIXON, Natalie W.; RIEPLE; Alison. Luxury redesigned: How The Ritz-Carlton Uses Experiential Service Design to Position Abundance in Times of Scarcity. **Design management**, p. 40- 49, 2010.

NUCLEO DE GESTÃO DE DESIGN & LABORATÓRIO DE DESIGN
E USABILIDADE [NGD-LDU] (Santa
Catarina). **Apresentação.** Disponível em:
<<http://www.ngd.ufsc.br/apresentacao/>>. Acesso em: 16 maio 2015.

OLIVEIRA, Giovanna Bonelli; SPENA, Rossana. **Serviços em
hoteleria.** São Paulo: Senac, 2013. 128 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE [OMS] (Lisboa).
**Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e
Saúde.** 2004. Disponível em:
<http://www.inr.pt/uploads/docs/cif/CIF_port_2004.pdf>. Acesso em:
16 maio 2015.

WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO]
(Spain). **Recommendations on Accessible Tourism.** 2013. Disponível
em:
<<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenokacc.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2015.

PERFIL PSICOLOGIA E TRABALHO LDA (Lisboa) (Ed.). **Turismo
Inclusivo - Competências de atendimento das pessoas com
necessidades especiais.** Disponível em:
<<http://perfil.com.pt/Brochura01.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2013.

PINTO, Ana Claudia Alves. **Desenho Universal:** diretrizes projetuais e
de acessibilidade. 2007. 211 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de
Arquitetura e Urbanismo, Departamento de Pós-graduação em
Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Santa Catarina,
Florianópolis, 2007.

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações.** 7.ed. RIO
DE JANEIRO: Campus, 1989. 897p.

PORTUGAL. TURISMO DE PORTUGAL. **Guia de boas práticas na
acessibilidade na hotelaria.** 2012. Disponível em:
<[http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Guia acessibilidade hotelaria 2012.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Guia%20acessibilidade%20hotelaria%202012.pdf)>. Acesso em: 30
jan. 2014.

PÓS-DESIGN, Programa de Pós-graduação em Design. **Gestão Estratégica do Design.** Disponível em: <<http://www.posdesign.ufsc.br/linha-de-pesquisa/gestao-estrategica-do-design/>>. Acesso em: 16 maio 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/cultura/editora-feevale/metodologia-do-trabalho-cientifico---2-edicao>>. Acesso em 25 set. 2014.

PÜHRETMAIR, Franz; MIESENBERGER, Klaus. Accessible Information Space to Promote Accessible Tourism. **Computers Helping People with Special Needs: 10th International Conference**, Linz, v. 4061, p.329-336, 11 Jul. 2006. Springer Berlin Heidelberg.

SANDVIK et al. The Effects of New Product Development Proficiency on Product Advantage and Tourism Business Performance: Evidence from the Norwegian Hotel Industry. **Journal of Travel Research**. V.50, p.641, 2011.

SANTOS, Flávio Anthero dos. **O Design como diferencial competitivo: O processo do design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica.** Itajaí: Univali, 2000. 125 p.

SCHWARZ, Andrea; HABER, Jaques. **Guia Brasil Para Todos: Roteiro Turístico e Cultural para Pessoas com Deficiência.** 2009. Aurea Editora. Disponível em: <<http://www.brasilparatodos.com.br/destinos/FLORIANOPOLIS/>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

SIMÕES, Jorge Falcato; BISPO, Renato. **Design Inclusivo: Acessibilidade e Usabilidade em Produtos, Serviços e Ambientes.** 2. ed. Lisboa: Centro Português de Design, 2006. 81 p.

SIMONETTI, Andrea Boudeguer; WEBER, Pamela Prett; FERNÁNDEZ, Patricia Squella. **Manual de Accesibilidad Universal: Ciudades y espacios para todos.** Santiago de Chile: Corporación Ciudad Accesible, 2010. 235 p. I.S.B.N. 978-956-332-832-5. Disponível em: <<http://www.ciudadaccesible.cl/wp->

content/uploads/2012/06/manual_accesibilidad_universal1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2014.

STICKDORN, Marc; ZEHRER, Anita. **Service Design in tourism: Customer Experience Driven Destination Management**. First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation. Disponível em: <http://www.aho.no/PageFiles/6819/Stickdorn_Zehrer.pdf>. Acesso em: 16 set. 2013.

VALOR ANÁLISE SETORIAL (São Paulo). **A Indústria Hoteleira no Brasil: Mercado – Perspectivas – Perfis de Empresas**. São Paulo: Valor Econômico S.A, 2010. 161 p.

APÊNDICE A – Acessibilidade dos hotéis de Florianópolis

Planilha 1 – Acessibilidade dos hotéis de Florianópolis citados Guia Brasil para todos.

Hotel	Total de UH	Total de UH acessível	Informação de acessibilidade
Cabanas Duna's Sol	11 suítes e 10 chalés	0	Banheiros adaptados na área social
Costa Norte Ponta das Canas	55 apartamentos	5	Rampas de acesso para circulação de cadeirantes.
Costão do Santinho Resort & Spa	500 apartamentos	0	-
Deville Express Florianópolis	72 apartamentos	2	Acomodações estão adaptadas para pessoas com mobilidade reduzida
InterCity Premium	121 apartamentos	1	Acesso por rampa para cadeirantes. Dispõe de cadeira de rodas, em caso de necessidade de clientes.
Pousada Natur Campeche	21	0	-
Pousada Maré de Lua	14	0	Possui rampa de acesso e apartamentos no térreo.
Pousada dos Sonhos	11	0	Banheiro adaptado na área social e acesso por rampa para cadeirantes.
Jurerê Beach Village	242	5	As áreas sociais possuem elevadores nos quatros blocos e banheiros adaptados. Quatros degraus dificultam a chegada à praia, mas uma rua ao lado do hotel possibilita o acesso. Possui cadeira de rodas.
Praiatour Hotel	120	7	Conta com rampa de acesso e banheiro adaptado (na área externa)
Praia Mole Eco Village	93	0	Acesso por rampa para cadeirantes.

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2014) com base em SCHWARZ e HARBER (2009).