

Analise das Ferramentas de Usabilidade Aplicadas em Design de Serviços: Avaliando a Acessibilidade na Hotelaria

Analysis of Usability Tools Applied Service Design: Evaluating Accessibility in Hospitality

Michela Cristiane França Gourlat¹, Leila Amaral Gontijo², Eugenio Merino³, Giselle Merino⁴

Resumo

A acessibilidade na hotelaria envolve além dos parâmetros técnicos e normativos, a questão da experiência do usuário que será preponderante para o sucesso competitivo. Com isso, insere-se o design de serviços que diz respeito ao projeto de toda experiência de um serviço, bem como do processo e estratégia para a prestação do serviço. De acordo com a UNESCO a incorporação da usabilidade na abordagem da acessibilidade é um fator de extrema relevância para sua avaliação. Assim, o artigo analisa as ferramentas de usabilidade aplicadas em design de serviços tendo em vista as metas de usabilidade na avaliação da acessibilidade na hotelaria.

Palavras-Chave: "Design de Serviços, Acessibilidade, usabilidade, Análise, Ferramentas.

Abstract

Accessibility involves in hospitality beyond the technical and regulatory parameters, the issue of user experience that will be leading to competitive success. With this fits into the service design with regard to the whole experience of a service project as well as the process and strategy for the service. According to UNESCO the incorporation of usability accessibility approach is an extremely important factor for evaluation. Thus, this paper analyzes the usability of tools applied in the service design in view of the usability goals in evaluating accessibility in hotels.

Keywords: "service design"; accessibility; usability; analyzes; tools.

ISSN: 2316-7963

¹ Mestranda pelo Programa de Pós Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina, michela.designer@gmail.com. Florianópolis, SC, Brasil.

² Dra em Ergonomie pelo Université Paris 13 (Paris-Nord) - Campus de Villetaneuse, França(1987), Professora Associado da Universidade Federal de Santa Catarina, leila@deps.ufsc.br. Florianópolis, SC, Brasil.

³ Dr. em Engenharia de Produção/ Universidade Federal de Santa Catarina, merino@cce.ufsc.br. Florianópolis, SC, Brasil

⁴ Dra em Engenharia de Produção/ Universidade Federal de Santa Catarina, gisellemerino@gmail.com. Florianópolis, SC, Brasil.

1. Introdução:

O aspecto da inclusão social no turismo perpassa a questão econômica para de acessibilidade em conformidade com a legislação e a⁴s normas técnicas de acessibilidade. A acessibilidade é a condição segura e autônoma total ou assistida no uso dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação (ABNT, 2004). 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 a fim de que as pessoas com deficiência possam ter condições de fazer turismo como um meio de integração social. A integração social por meio da acessibilidade diz respeito a todas as áreas da sociedade, incluindo os produtos e serviços turísticos. Além dos documentos normativos, corrobora o desenho universal como conceito que amplia a concepção de produtos, serviços, ambientes no acesso a serem usados por todas as pessoas, na sua máxima extensão possíveis, sem a necessidade de adaptação ou desenho específico (PREISER; SMITH, 2011).

A acessibilidade é uma condição para a satisfação das necessidades dos clientes, sendo esta determinada por suas experiências que será preponderante para o sucesso competitivo (UNWTO, 2013; BECKER e OLSEN, 1995). Além de ser uma demanda social, a acessibilidade tem uma dimensão econômica; é um indicador de qualidade, uma marca e uma vantagem competitiva (UNWTO, 2013; PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006).

No que diz respeito à acessibilidade no turismo, 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 (Commonwealth Disability Discrimination Act). Estes países representam as maiores tentativas de criar normas legais de acessibilidade (MICHOPLOULOU; BUHALIS, 2013).

No Brasil, conforme já mencionado, a acessibilidade é assegurada pelas normas constitucionais, legislação federal e normas técnicas. Além destes mecanismos, no Brasil e em vários países do mundo existe uma ampla diversidade de selos, prêmios e certificações que envolvem a prática da acessibilidade. Como por exemplo, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de São Paulo (ABIH-SP) que juntamente com a ABNT, em 2012, formaram o selo de acessibilidade e inclusão social da rede hoteleira no Estado de São Paulo. 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. No entanto são certificações voluntárias o que põe o usuário em dúvida quanto a exatidão das informações.

Ainda quanto as informações da acessibilidade na hotelaria estas envolvem além dos parâmetros técnicos e normativos, a questão da experiência do usuário que será

preponderante para o sucesso competitivo (BECKER e OLSEN, 1995).

Em pesquisa para identificar os critérios na escolha de um hotel e a experiência durante a hospedagem os autores aplicaram um questionário com Ricardo Shimosakai. O respondente além de fundador da Turismo Adaptado, empresa que trabalha a acessibilidade e inclusão das pessoas com deficiência e mobilidade reduzida no lazer e turismo, também é cadeirante e utiliza com frequência produtos-serviços hoteleiros. Segundo ele, alguns aspectos são difíceis de avaliar previamente, por exemplo quanto a acessibilidade atitudinal:

A qualidade do atendimento é algo muito importante, porém é difícil avaliar previamente. Não é algo concreto que possa se provar através de fotos ou coisa parecida. Quem sabe através de opiniões de clientes, mesmo assim isso é relativo, o que pode ser bom para um às vezes não é para o outro (SHIMOSAKAI, 2014a).

Além da dificuldade de avaliação quanto ao atendimento, Ricardo apontou como dificuldade de avaliação as diferenças nos hábitos e necessidades que dois usuários considerados idênticos pela sua patologia podem ter: "Por exemplo, tem pessoas que gostam da cadeira de banho, outras não. Geralmente lesados medulares gostam, mas pessoas com pólio ou mobilidade reduzida não gostam" (Shimosakai, 2014b).

Essas dificuldades suscitam questões tais quais: "Como avaliar a experiência do usuário com deficiência na hotelaria tendo em vista a acessibilidade?" "Quais os métodos e ferramentas seriam apropriados para essa avaliação?"

De acordo com a UNESCO (2013), a incorporação da usabilidade na abordagem da acessibilidade é um fator de extrema relevância para a avaliação de sua efetividade. Ainda, quanto a experiência do usuário em um serviço insere-se o design de serviços no qual considera que uma experiência de um serviço pode ser projetada por meio de diferentes pontos de contato existentes entre o usuário e a empresa, de maneira a criar uma experiência mais satisfatória e um valor percebido pelo cliente.

Assim, objetiva-se com este artigo analisar as ferramentas de usabilidade aplicadas no design de serviços, tendo como ponto basilar a potencialidade de avaliação da acessibilidade na hotelaria.

2. Fundamentação teórica

2.1. Apontamentos iniciais

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 qualidade compreende-se, segundo Paladini (2004, p. 31), "a condição necessária a aptidão para fim a que se destina" ou ainda a adequação ao uso. Assim, trazendo ao contexto das pessoas com deficiência na hotelaria estabelecer a qualidade implica em serviços acessíveis como requisito para a satisfação do usuário.

O design de serviços torna-se acessível quando "considera a condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida... dos serviços" por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2013).

A acessibilidade na hotelaria está relacionada com o contexto econômico por

abarcando um número maior de usuários no turismo que têm uma necessidade não satisfeita; com o contexto social igualitário pois 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 e com o contexto ético e deontológico do design que tem como foco na sua prática profissional e atuação nas atividades projetuais, a satisfação dos usuários.

Tais aspectos da acessibilidade estão em consonância com as expectativas da sociedade. Em 2013 a UNESCO apresentou o estudo de viabilidade para criação e normatização do Selo Nacional de Acessibilidade, referente ao projeto 914BRZ3046 de inclusão de pessoas com deficiência. A normatização do Selo Nacional de Acessibilidade serviria como resposta a necessidade de padronização na avaliação da acessibilidade, tendo em vista que no Brasil e em vários países do mundo existe uma ampla diversidade de selos, prêmios e certificações de acessibilidade deixando o usuário em dúvida quanto a acurácia das informações. O estudo da UNESCO avaliou as forças/fraquezas e oportunidades/ameaças de selos, prêmios e certificações a nível nacional e internacional, considerando como critérios, os apresentados na Figura 1.

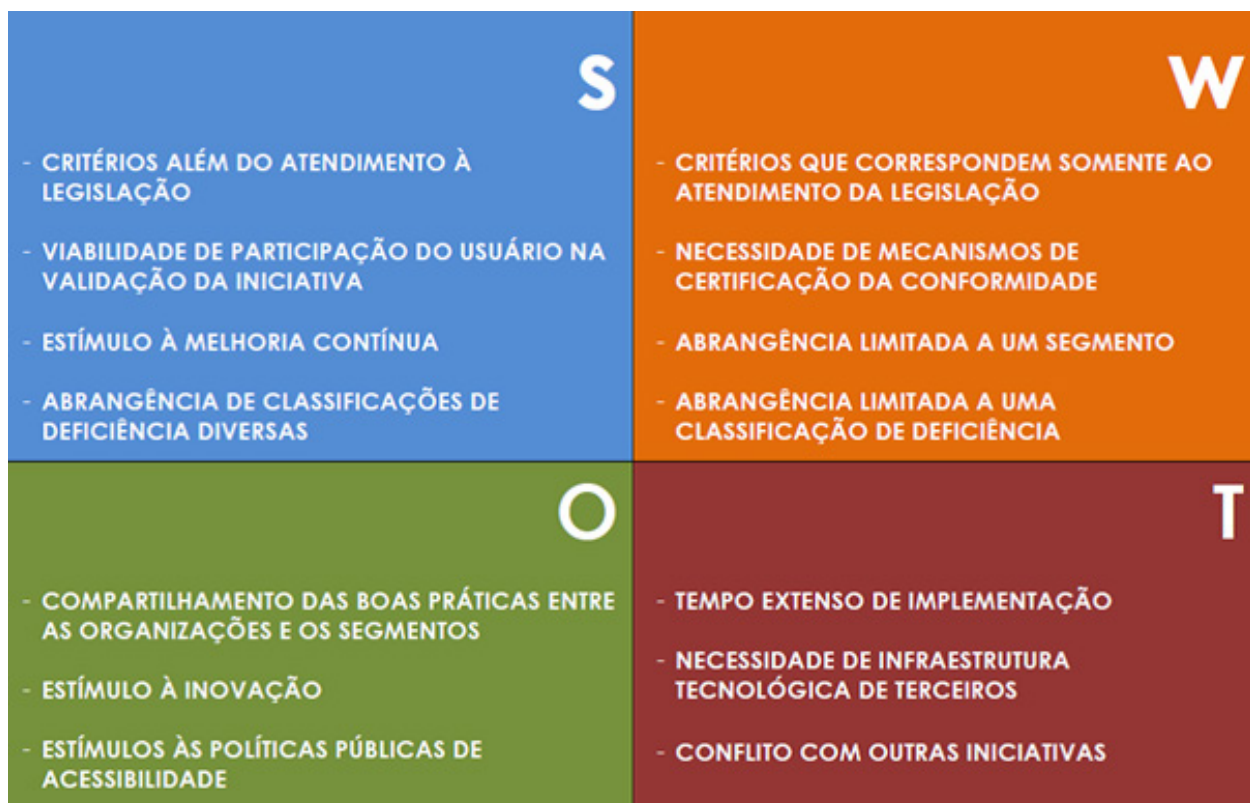


Figura 1- Critérios utilizados para avaliação da Forças/Fraquezas e Oportunidades/Ameaças. Fonte: UNESCO (2013, p.87).

O critério de viabilidade de participação do usuário na validação da iniciativa, segundo UNESCO (2013), diz respeito a possibilidade do usuário (pessoa com deficiência) avaliar e validar, de forma prática em alguns casos, a iniciativa de acessibilidade. Sendo que o objetivo desse tipo de avaliação é:

...definir a facilidade com que as pessoas com deficiência podem utilizar um produto, por exemplo, a fim de realizar uma tarefa específica e importante, incorporando o conceito de usabilidade à iniciativa que, especificamente nesta abordagem de acessibilidade, é um fator de extrema relevância para a avaliação da efetividade da iniciativa (UNESCO, 2013, p.88).

Dessa maneira, ao analisar as ferramentas de usabilidade no design de serviços torna-se possível compreender as possibilidades de avaliação da experiência do usuário quanto a acessibilidade na hotelaria, considerando-se assim aspectos como a eficácia e segurança, conforme apontado pelo estudo da UNESCO.

Embora o design de serviços atualmente seja considerado área emergente no turismo por propiciar o diferencial competitivo (STICKDORN; ZEHRER, 2013; MOYSES, 2010), apenas um artigo científico foi encontrado referente ao design de serviços aplicado em hotel para pessoas com deficiência e conforme os próprios autores constataram, até então não havia registro de pesquisas com esse enfoque (INTARAPASA; THONGPAN, 2013).

2.2. O contexto do setor de serviços: Turismo e hotelaria

A economia mundial está se moldando para uma economia baseada em serviços em um contexto caracterizado por uma urbanização crescente, pela transformação demográfica, aumento da renda média, por mercados e marcas globais, pelo encurtamento do ciclo do produto, por novas tecnologias de produção (robôs, impressoras 3D), por uma nova organização da produção (cadeias globais de valor), etc. (ARBACHE, 2014).

Dentro deste contexto se estabelece uma relação entre a indústria e os serviços formando um terceiro elemento responsável pela lucratividade das empresas que não é um produto, nem um serviço tradicional. Essa relação pode ser exemplificada pelo produto iPhone (com hardware do produto mas sem branding) e o mesmo produto com branding, lojas e suporte ao consumidor. Assim, os serviços podem ser compreendidos em duas funções: a função de custo e a função de agregação de valor (ARBACHE, 2014).

A função de custo diz respeito a atividades como infraestrutura, logística, transportes, armazenagem, reparos e manutenção, serviços de terceirização, etc.; já a função de agregação de valor refere-se a atividades como P&D, design, projetos de engenharia, serviços técnicos especializados, serviços sofisticados de TI, softwares customizados, branding, marketing, etc. Por este fato essa "nova indústria", em que o design é integrante, está ganhando maior relevância nas estratégias de crescimento dos países. Como pode ser observado na Figura 2, os países desenvolvidos tem foco na função de agregação de valor.

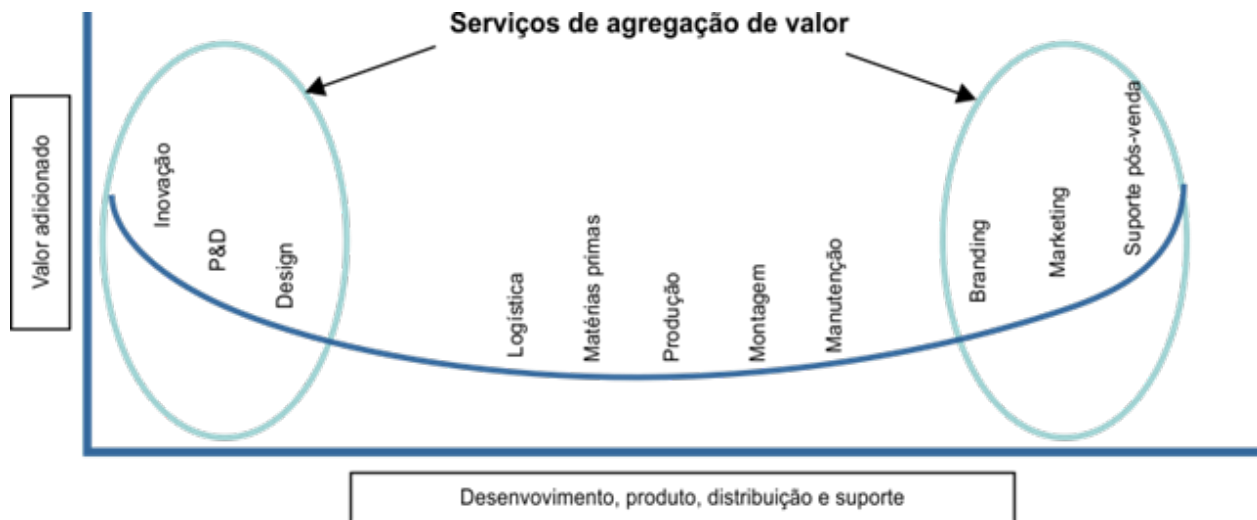


Figura 2- Representação do foco da função de serviços em países desenvolvidos. Fonte: ARBACHE (2014).

Diferentemente os países em desenvolvimento tem foco na função de custo dos serviços, conforme Figura 3.

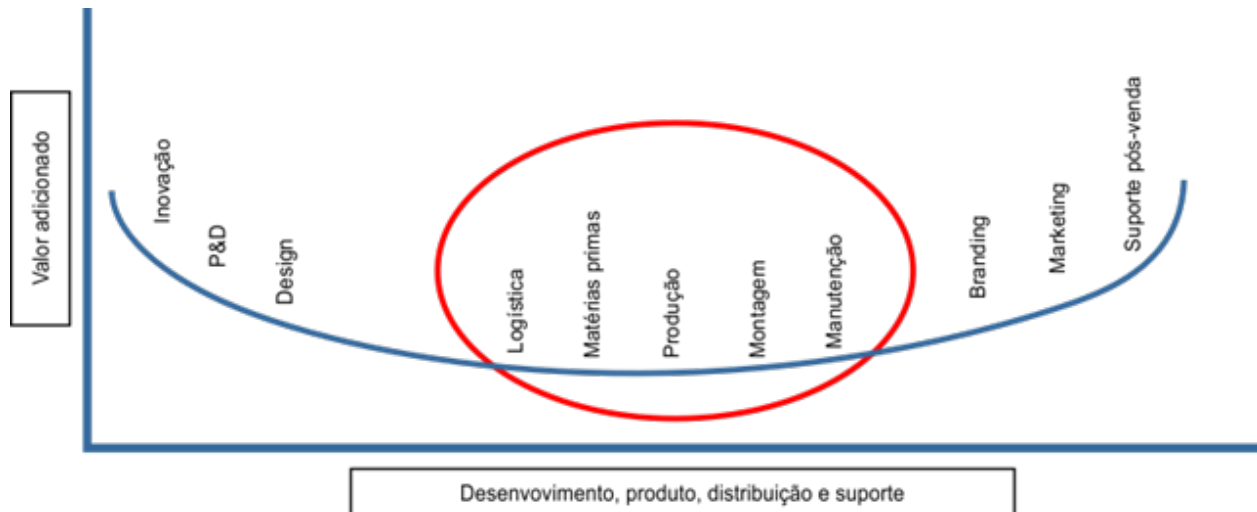


Figura 3- Representação do foco da função de serviços em países em desenvolvimento. Fonte: ARBACHE (2014).

O Brasil tem demonstrado um crescimento da economia de serviços com elevada participação no PIB per capita, conforme demonstrado pelo gráfico (Figura 4), com predominância de serviços de consumo final.

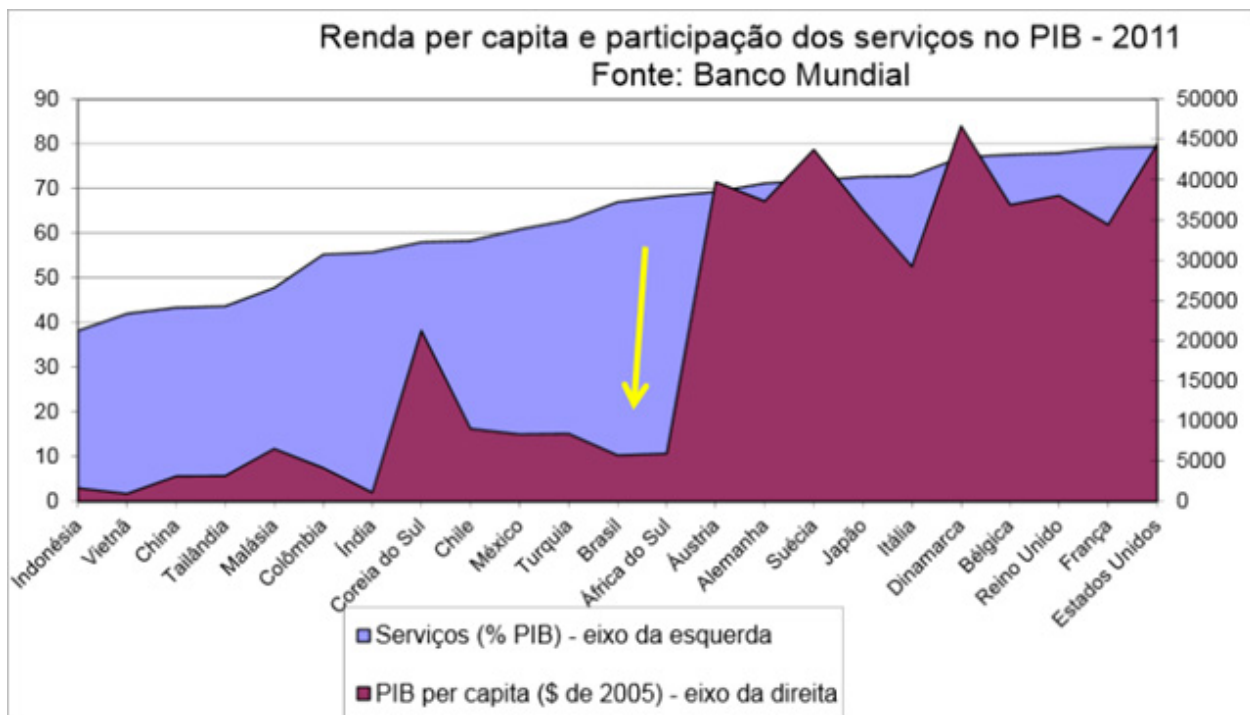


Figura 4- Renda per capita e participação dos serviços no PIB brasileiro em 2011. Fonte: ARBACHE (2014).

Dentre os serviços em expansão, o turismo é uma das atividades que tem alcançado as maiores taxas mundiais de crescimento econômico anual. No Brasil, os dados setoriais apresentam um crescimento de 2003 a 2009 em 32,4% enquanto a economia apresentou relevância nas estratégias de crescimento dos países um crescimento de 24,6% (BRASIL, 2010). Com isso, o turismo tem um papel de destaque na geração de empregos em toda sua cadeia produtiva (BRASIL, 2009).

Dentro do setor do turismo, a hotelaria se destaca com aproximadamente 25 mil meios de hospedagem no País, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH). Segundo a associação, o setor possui patrimônio imobilizado de R\$ 78,7 bilhões, gasta em média R\$ 2 bilhões por ano com mão de obra e mais de R\$ 30 milhões com Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS) (VALOR ANÁLISE SETORIAL, 2010). Com isso, os meios de hospedagem têm desempenhado um papel de destaque na geração de empregos, com cerca de 300 mil postos de trabalho ofertados pelos diversos atores desta cadeia produtiva sendo que 90% das empresas de hospedagem caracterizam-se como micro e pequenas empresas e, além de geradores de empregos, são os maiores consumidores de equipamentos e mercadorias (BRASIL, 2013a). Em 2010, segundo dados do Ministério do Turismo, Santa Catarina teve uma oferta hoteleira cadastrada de 224 meios de hospedagens com 13.451 Unidades Habitacionais (UH) que totalizaram 32.924 leitos.

No entanto, o preço dos serviços cresceram e a qualidade não é condizente com o aumento, como por exemplo a qualidade dos aeroportos, rodovias e infraestrutura dos transportes de modo geral. De acordo com ARBACHE (2014) a inflação de serviços é 45% maior que o IPCA geral⁵, conforme demonstrado na Figura 5, ocasionando em custos elevados para as empresas de serviços onde o valor adicionado permanece baixo.

⁵ Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo.

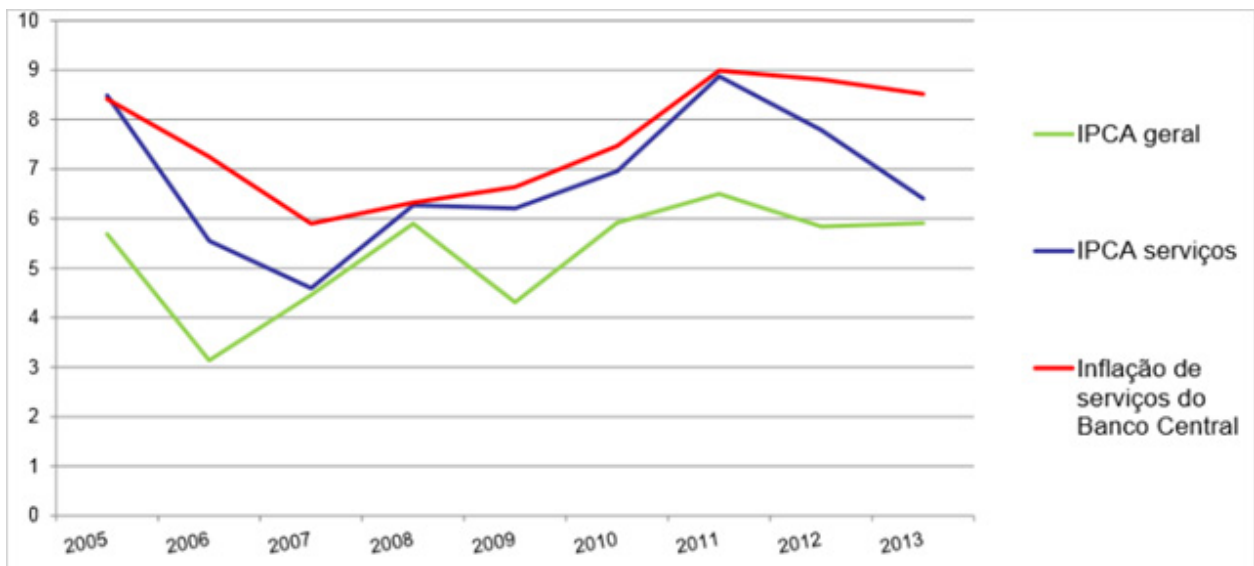


Figura 5- Taxa de inflação de serviços (%). Fonte: IBGE e BCB (2013).

Aliado ao aumento dos preços dos serviços, o panorama da hotelaria nacional e em Santa Catarina predomina a administração familiar, com representatividade de 80% dos empreendimentos. A administração familiar, em sua maioria, se caracteriza por processos de gestão pouco profissionalizados, onde frente ao crescimento da concorrência com a entrada de players internacionais com alto capital e profissionalização, faz-se necessário à diferenciação dos produtos-serviços (VALOR ANÁLISE SETORIAL, 2010).

Além disso, a hotelaria envolve uma ampla cadeia produtiva, que torna complexa as relações entre os atores envolvidos e em se tratando de prestação de serviços a satisfação do cliente, determinada por suas experiências, será determinante para o sucesso competitivo (BECKER; OLSEN, 1995). Assim, evidencia-se a importância do design no contexto da hotelaria.

2.3. Acessibilidade na Hotelaria

De acordo com o dicionário, o termo acessibilidade significa a facilidade de acesso, de obtenção ou no trato. A acessibilidade deve compreender além dos aspectos do meio físico, o transporte, à informação e comunicação, os sistemas e tecnologias da informação, a comunicação e outros serviços e instalações abertos ou propiciados ao público em geral. Dessa forma, a acessibilidade pode ser classificada em seis tipos, conforme Figura 6 apresenta.



Figura 6: Guarda-chuva da acessibilidade.
Fonte: Autoria própria, 2013.

Melo (2006, p.18) esclarece os tipos de acessibilidade quanto ao que “não deve haver” para que haja a acessibilidade:

1. **Acessibilidade Arquitetônica.** Não deve haver barreiras ambientais físicas nas casas, nos edifícios, nos espaços ou equipamentos urbanos e nos meios de transportes individuais ou coletivos;
2. **Acessibilidade Comunicacional.** Não deve haver barreiras na comunicação interpessoal, escrita e virtual;
3. **Acessibilidade Metodológica.** Não deve haver barreiras nos métodos e técnicas de estudo, de trabalho, de ação comunitária e de educação dos filhos;
4. **Acessibilidade Instrumental.** Não deve haver barreiras nos instrumentos, utensílios e ferramentas de estudo, de trabalho e de lazer ou recreação;
5. **Acessibilidade Programática.** Não deve haver barreiras invisíveis embutidas em políticas públicas e normas ou regulamentos;
6. **Acessibilidade Atitudinal.** Não deve haver preconceitos, estigmas, estereótipos e discriminações.

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.

Em 1999, a Embratur produziu o “manual de recepção e acessibilidade de pessoas com deficiência a empreendimentos e equipamentos turísticos”. O manual usa como referências as normativas técnicas:

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

Como podem ser observadas, as normas com maior preponderância dizem respeito à locomoção, cabendo a NBR 9050 dispor sobre a acessibilidade física em meios de hospedagem. 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. O Selo de Acessibilidade foi instituído pelo Decreto nº 37.648 de 25 de setembro de 1998 e é conferido às edificações novas ou já existentes, públicas ou privadas, espaços, transportes coletivos, mobiliários e equipamentos urbanos que garantam total acessibilidade às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

O Decreto Nº 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”, conforme Figura 7. 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.



Figura 7: ABNT NBR 9050, 2004, p.19.

Conforme mencionado anteriormente, além do selo obrigatório da ABNT existem outras certificações do tipo voluntária que buscam a certificação da acessibilidade na hotelaria. A justificativa para essas iniciativas pode se dar pelo fato que embora as necessidades das pessoas com deficiência no turismo englobem todos os elementos da cadeia produtiva, Pühretmair e Miesenberger (2006) apresentam os elementos que têm maior prioridade para pessoas com deficiência, apresentados na Figura 8. 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.

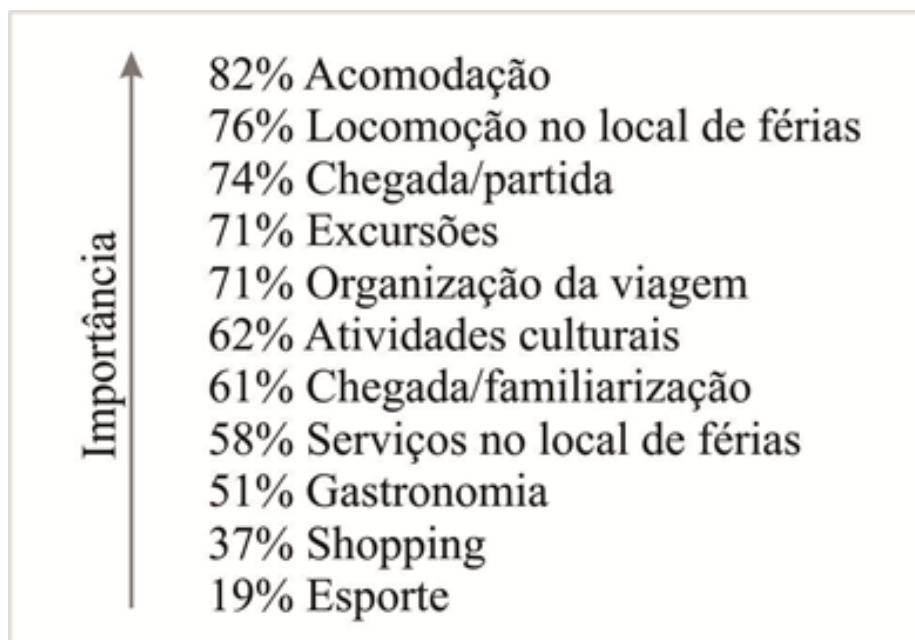


Figura 8: Ranking de importância. Fonte: (Traduzido de PÜHRETMAIR; MIESENBERGER, 2006, p.330).

De acordo com Michopoulou e Buhalis (2013) as necessidades do turista com deficiência podem ser agrupadas em três categorias principais: de acessibilidade 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 na realização do turismo (MICHOPOULOU e BUHALISO, 2013).

2.3.1. Metas de usabilidade

A usabilidade é a área que se preocupa da relação entre as ferramentas e os seus utilizadores, sendo uma disciplina da ergonomia e da interação humano-computador (IHC).

A usabilidade é tratada de diferentes maneiras, alguns conceitos trazem a especificidade da área de aplicação, como no caso da indústria de software. Outros estão ligados a qualidades de desempenho, satisfação, facilidade de aprendizado ou ainda eficácia e eficiência, como evidenciado no quadro 1.

Quadro 1- Conceituações diversas de usabilidade por alguns autores.

CONCEITO	AUTORIA
"Facilidade com que um usuário pode aprender a operar, preparar entradas para um sistema ou componente e interpretar as saídas desse sistema."	ISO/IEC 9126, 1999.
"...capacidade que um sistema interativo oferece a seu usuário, em um determinado contexto de operação, para a realização de tarefas de maneira eficaz, eficiente e agradável".	ISO 9241, 2000.
"Usabilidade é um atributo qualificável que avalia o quão fácil de utilizar é uma interface"	NIELSEN, 2003.

Fonte: Autoria própria (2014)

Garcia (2013, p.66-67) apresenta a divisão feita por Preece, Rogers e Sharp, no livro Design de interação publicado no ano de 2005, em metas de usabilidade de produtos e metas decorrentes da experiência do usuário. Sendo as metas de usabilidade do produto:

I. Ser eficaz no uso (eficácia): quanto um sistema ou produto é bom para realizar sua função. Refere-se a quanto o sistema é capaz de permitir que os usuários aprendam a utilizá-lo, acessem as informações desejadas etc.;

II. Ser eficiente no uso (eficiência): refere-se a maneira como o sistema ou produto está adequado e facilita a realização de uma tarefa, e o quanto o sistema auxilia na manutenção do aprendizado adquirido para manter um alto nível de produtividade;

III. Ser segura no uso (segurança): prevenir os usuários de cometerem erros graves que os exponham a situações perigosas e evitar os danos por realizar ações indesejáveis acidentalmente;

IV. Ser de boa utilidade (utilidade): fornecer ao usuário as informações e funções necessárias para realizar as tarefas que desejam.

V. Ser fácil de aprender (learnability): se refere a facilidade de aprendizado do sistema, deve-se levar em consideração que os usuários geralmente não gostam de

passar tempo procurando informações e aprendendo como realizar uma tarefa.

VI. Ser fácil de lembrar (memorability): facilidade de reutilizar um sistema após ter aprendido a usá-lo, especialmente para funções que não são acessadas com muita frequência.

As metas decorrentes da experiência do usuário, de acordo com Garcia (2013), quanto aos valores de uso são: satisfatórios; agradáveis; divertidos; úteis; motivadores; esteticamente apreciáveis; incentivadores da criatividade; compensadores e emocionalmente adequados.

2.4. O Design de serviços na hotelaria

O design, considerado área emergente no turismo, tem se consolidado neste setor por propiciar o diferencial competitivo (MOYSES, 2010). Uma das questões abordadas atualmente quanto ao design, diz respeito ao fato que o seu foco principal não deve ser da materialização de produtos, mas da proposição de soluções de valor. Esta mudança de paradigma no design de produto alterou a perspectiva do design para de estratégia, onde as empresas apreendem que o design é o fator principal nos processos de inovação e que precisa ser estruturado em um nível estratégico de negócios (MAGER; SUNG, 2011).

A mudança de um design tangível para um intangível, de interações, perpassa a interação com a experiência a partir da experiência com os serviços, que emerge como uma transformação da economia e da nossa sociedade voltadas ao setor terciário (MAGER; SUNG, 2011). O valor do serviço então reside "no mundo não tangível das coisas que suportam a atividade humana, que respondem as exigências, necessidades e desejos dos indivíduos" (TASSI, 2008, p.25). O serviço pode ser entendido da seguinte maneira:

O serviço pode ser comunicado enquanto sistema, entendido como um conjunto de atores e de interconexões, ou mesmo enquanto experiência, entendida como momento de interação entre usuário e serviços, ou até mesmo enquanto valor, entendido como conjunto de benefícios derivados da sua utilização (TASSI, 2008, p. 24).

O Design de serviços é uma disciplina que, assim como o design, tem suas raízes em outras áreas e teve como origem o marketing e a gestão; e que considera serviços como produtos que precisam ser sistematicamente desenvolvidos com um foco na entrega de valor ao cliente (ZEHRER, 2005).

Segundo Moritz (2005), o Design de Serviço é um campo multidisciplinar, integrado e holístico que ajuda a inovar ou melhorar serviços por torná-los mais úteis e utilizáveis, desejáveis para os clientes assim como efetivos para as organizações. Por projetar a experiência dos hóspedes com suas técnicas e ferramentas, o design de serviços têm fornecido benefícios ao turismo (STICKDORN e ZEHRER, 2013; INTARAPASA e THONGPAN, 2013).

Como princípios básicos do design de serviços Mager (2009) pontua: a abordagem holística por considerar o contexto, os sistemas e subsistemas de relacionamen-

tos, interações e por considerar os serviços como sistemas vivos; interdisciplinaridade; design centrado no usuário (human-centred-design); cocriação e coprodução dos serviços, pensar e trabalhar visualmente produtos tangíveis e intangíveis, criatividade e inovação em tecnologia, processos de produção, estruturas, culturas e pessoas.

Os produtos-serviços de destinos turísticos consistem de inúmeros pontos de contato com os clientes que os percebem antes, durante e depois de suas férias. Segundo Stickdorn e Zehrer (2013) a correspondência ou até mesmo a superior expectativa dos clientes quanto a estes produtos-serviços é fundamental para a geração de satisfação global do cliente e para tanto esta experiência precisa ser constantemente projetada e medida em todos pontos de contato com o usuário (ver Figura 9).

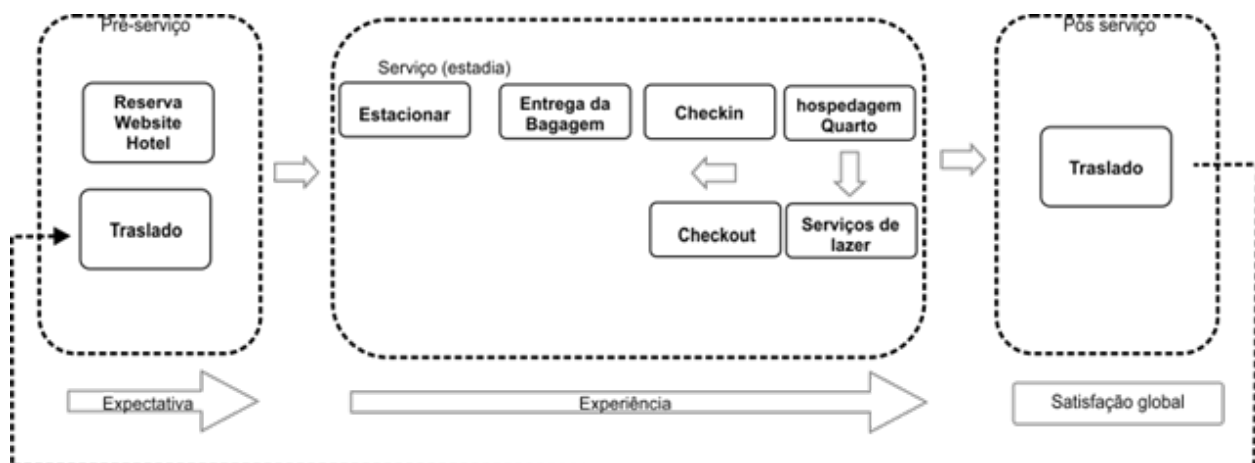


Figura 9- Avaliação da experiência do usuário. Fonte: Stickdorn e Zehrer (2013).

O design de serviço é o processo de criação destes pontos de contato e da definição de como os usuários interagem com eles e com os outros usuários. Para tanto, faz uso de ferramentas de design e métodos que podem fornecer uma compreensão aprofundada dos comportamentos do usuário, seus gostos e suas necessidades, o que pode permitir novas soluções a serem desenvolvidas.

Estabelece-se assim um sistema de relações por meio de ferramentas que proporcionam o conhecimento aprofundado de uma situação específica, com o foco na percepção de valor dos atores envolvidos no processo. Assim, o design de serviço diz respeito ao projeto de toda experiência de um serviço, bem como do processo e estratégia para a prestação do serviço. Isto implica em entender o cliente, a organização e o mercado, desenvolver ideias e transformá-las em soluções flexíveis que serão implementadas considerando todo o ciclo de vida do serviço, possibilitando assim a melhoria contínua (MORITZ, 2005).

Além do design de serviço, as atribuições do design na hotelaria, citados por alguns autores são: branding, diferenciação de produtos-serviços, orientação ao posicionamento, promover a eficiência nas operações, conforto e valor à experiência dos hóspedes; projetar aspectos intangíveis (personalidade para o negócio, experiência) e tangíveis (ambientação, cor, mobiliário, ergonomia), agregação de valor, design como uma estratégia (PETRELLI; ARANHA, 2012; MOYSES, 2010).

As atribuições do design de serviços e sua relação com outras áreas em sua atu-

ação pode ser melhor compreendido com a Figura 10 em que o Design de Serviços integra gestão, marketing, design e pesquisa; criando uma conexão entre o usuário e a organização.

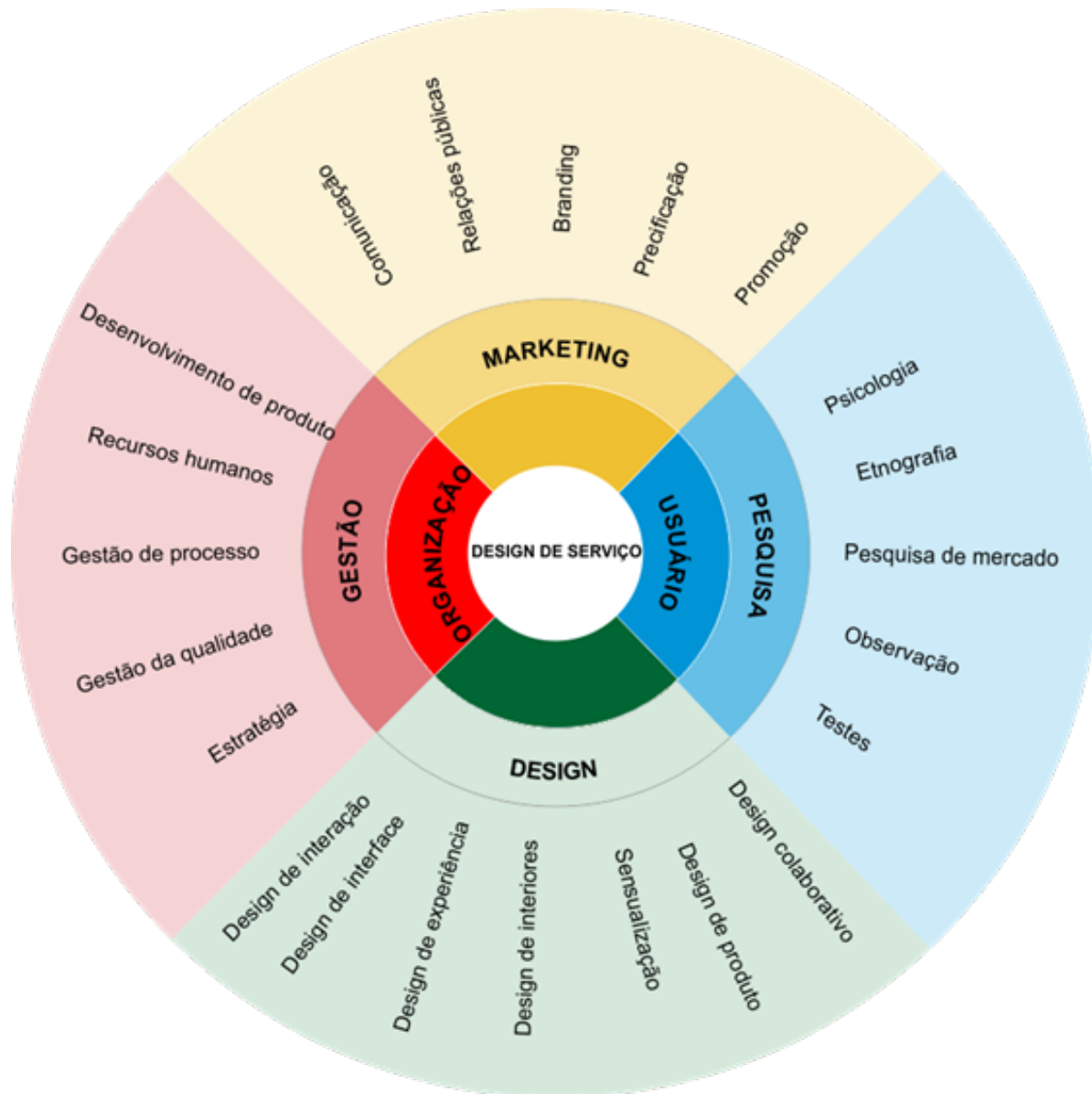


Figura 10- Avaliação da experiência do usuário. Fonte: MORITZ (2005, p. 49).

O design de serviços faz uso de uma ampla gama de ferramentas de áreas de diferentes campos de conhecimento. Moritz (2005) apresenta um total de 98 ferramentas das quais 16 são categorizadas da área de usabilidade, de acordo com Rosa(2013), e que serão analisadas a seguir tendo em vista seu potencial de avaliação da acessibilidade na hotelaria, considerando a experiência do usuário.

3. Análise das ferramentas de Design de Serviços

3.1. Procedimentos metodológicos

A pesquisa se caracteriza quanto à forma de abordagem como qualitativa onde

não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. Quanto aos objetivos, se trata de um estudo exploratório, que segundo Turrioni e Mello (2011) visa proporcionar maior familiaridade com o problema a fim de explicitá-lo ou a construir hipóteses. O estudo exploratório envolve levantamento bibliográfico e análise de exemplos que servem para a compreensão do problema.

Quanto aos procedimentos, os dados foram coletados de fonte secundária por meio de uma pesquisa bibliográfica dos temas: Turismo e hotelaria, design de serviços e acessibilidade e usabilidade.

Com base na pesquisa foi selecionado como autor de referência Moritz (2005) que apresenta um compilado de 98 ferramentas de design de serviços. Rosa (2013) categorizou-as em: 38 referentes a criatividade ou à gestão de projetos e ideias em equipes criativas; 16 da área de usabilidade; 14 referentes a técnicas de pesquisa qualitativa ou métodos de associações de psicologia; 13 da área de Gestão e negócios; 8 do marketing (diagnóstico de comportamento, público-alvo, tendências, análise de mercado); 6 da engenharia (focam em ferramentas de qualidade e diagnósticos de causa e efeito) e 3 ferramentas da área de design; conforme mostra a Figura 11.

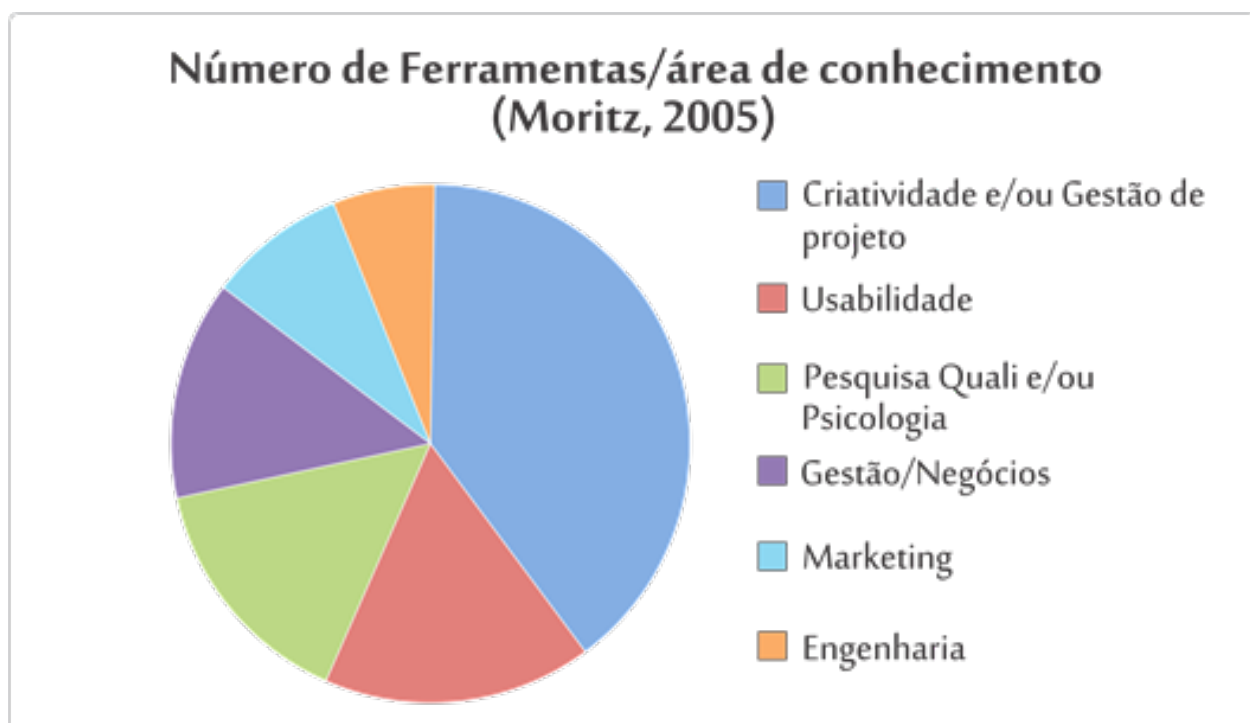


Figura 11- Número de ferramentas por área de conhecimento à partir de MORITZ (2005). Fonte: ROSA (2013, p.11).

As 16 ferramentas de usabilidade foram analisadas quanto a possibilidade de avaliar as metas de usabilidade de produtos e metas decorrentes da experiência do usuário. A avaliação da potencialidade do uso destas ferramentas de usabilidade na avaliação da acessibilidade na hotelaria parte do princípio que além das avaliações técnicas e normativas faz-se necessário avaliar a experiência do usuário.

3.2. Um quadro comparativo

O objeto de estudo do artigo trata-se das 16 ferramentas de usabilidade, apresentadas no quadro 2.

Quadro 2- Ferramentas de usabilidade em design de serviços segundo Moritz (2005).

Ferramentas	Em que consiste:
1. Experience test	Simulação da utilização do serviço para observar as reações dos usuários a cada estímulo
2. Service status	Diagnóstico que determina se o serviço precisa ser aprimorado ou se deve criar um novo serviço
3. Thinking aloud	Clientes são questionados para falar sobre o que pensam enquanto estão utilizando o serviço
4. Card sorting	A equipe escreve ideias e conceitos em cartões e trocam entre grupos de projeto. Participam clientes e representantes da organização e avaliam as melhores ideias.
5. Cognitive Walkthrough	Um grupo de avaliadores (engenheiros ou outros especialistas) utilizam um prototipo de serviço ao longo da jornada do cliente para medir a percepção do cliente (fictício)
6. Construtive interaction	Gravar duas pessoas utilizando algo e comentando a respeito para avaliar suas percepções
7. Diagnostic Evaluation	Avaliações baseadas no usuário sobre problemas de usabilidade em um projeto de serviço como forma de mensurar a sua satisfação.
8. Evaluation review	Testes e avaliações de serviços já existentes para compreender e melhorar os sistemas como um todo e a experiência
9. Expert evaluation	Testes e avaliações feitos por experts antes do serviço ser testado por clientes, para avaliar rapidamente problemas de usabilidade e funcionamento.
10. Heuristic evaluation	Especialistas em usabilidade utilizam heurística para avaliar o serviço de forma rápida para fornecer ideias de melhoria de serviço
11. Pluralistic Walkthrough	Método de inspeção em que um variado grupo de stakeholders é colocado junto para avaliar o conceito de serviço.

12. Restropective testing	Mostrar uma filmagem feita com o cliente para que ele comente questões adicionais enquanto se ve utilizando o serviço. Psibilita parar a fita e perguntar algo específico.
13. Task analysis	Analisa as ações e processos cognitivos que o cliente está sendo requisitado para fazer cumprir as etapas do serviço.
14. Blueprint	Diagrama e modelo do processo de todos os detalhes do serviço. Mostra de forma esquemática como cada elemento conecta com outro.
15. Wizard of Oz	Experiencia de pesquisa em que usuários interagem com um sistema de computador que acreditam ser autonomo, mas na verdade esta sendo operado por um ser humano. Simula a implementação de serviço.
16. Service prototype	Testar como as ideias e componentes funcionam no contexto da vida real.

Com base nos conceitos das ferramentas foi levado em consideração quais poderiam avaliar as metas de usabilidade (enumeradas na coluna vertical), conforme apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3- Quadro de análise das ferramentas de usabilidade

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Eficácia											x					
2. Eficiência											x					
3. Segurança												x		x		
4. Utilidade					x								x			x
5. Learnability													x			
6. Memorability													x			
7. Satisfatórios							x	x								
8. Agradáveis								x								
9. Divertidos	x															
10. Úteis					x											x
11. Motivadores	x															
12. Esticamente apreciáveis	x															
13. Incentivadores da criatividade	x						x									
14. Compensadores							x									

Embora de maneira arbitrária, a análise pelos autores demonstrou que todas as metas de usabilidade apresentadas podem ser avaliadas pelas ferramentas de usabilidade aplicadas em design de serviço e propostas por Moritz (2005), conforme pode observado no quadro 3. Percebe-se que algumas das ferramentas têm a potencialidade de avaliar mais de uma meta de usabilidade por vez, o que pode ser um indicativo de praticidade quesito apontado pela UNESCO como desejável.

Um dos pontos a ser considerado é que a subjetividade da maioria das metas e as ferramentas analisadas dão subsídio para avaliar a acessibilidade na hotelaria com base nas experiências de uso.

Considerações finais

Tendo como temática a “avaliação da acessibilidade na hotelaria” e como objetivo analisar as ferramentas de usabilidade aplicadas em design de serviços com vistas as metas de usabilidade, enfatizou-se o contexto onde designer deve garantir que seus projetos estejam adequados às pessoas em termos de segurança, conforto e eficácia. O artigo também identifica como fragilidade de se avaliar a acessibilidade apenas do ponto de vista técnico e normativo e ao mesmo tempo enseja ao uso do design de serviços na avaliação da experiência do usuário. Ao propor uma análise das ferramentas de usabilidade, aplicadas no design de serviços, as acena como possível solução da problemática levantada de “Como avaliar a experiência do usuário com deficiência na hotelaria tendo em vista a acessibilidade?” e de “Quais os métodos e ferramentas seriam apropriados para essa avaliação?”.

Como limitações do trabalho indica-se a necessidade de verificação do uso das ferramentas de usabilidade por outros autores para a finalidade indicada em artigos científicos. Sendo assim, indica-se como estudo futuro, pesquisas bibliográficas que investigue as abordagens no design de serviço quanto ao uso das ferramentas de usabilidade.

Referências

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

ISO/IEC 9126 Information technology – software product quality- part 1: quality model 1999, (FDIS).

ARBACHE, Jorge. **Serviços e Competitividade Industrial**. Florianópolis: Fiesc, 2014. 21 slides, color. Jornada de Inovação e Competitividade da Indústria Catarinense.

BECKER, Cherylynn; OLSEN, Michael D. **Exploring the relationship between heterogeneity and generic management trends in hospitality organizations**. Int. J. Hospitality Management, v. 14, n. 1, p.39-52, 1995.

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

_____. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional. Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil 2013** / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013b.

_____. Presidência da República. **Decreto Nº 5.296 de 2 de Dezembro de 2004**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: 11 out. 2013.

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

_____. 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.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Aquarela 2020: Marketing Turístico Internacional do Brasil**. Brasília, DF, 2009c.

_____. Ministério do Turismo. **Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Turismo e Acessibilidade: manual de orientações**. 2. Ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

DIAS, Cláudia. **Usabilidade na web: Criando Portais mais Acessíveis**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2007. 296 p.

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.

ICSID. INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN (ICSID) (Canada). **Definition of design**. 2014. Disponível em: <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>. Acesso em: 21 mar. 2014.

INTARAPASA, Budsakayt; THONGPAN, Thayuth. **Inclusive Tourism: Innovation Service Design in Tourism and Hospitality Operations**. The International Conference on Tourism, Transport And Logistics, France. 14 fev. 2013. Disponível em: http://www.arch.kmutt.ac.th/research/inter_Conference/2013/2.Inclusive%20Tourism%20%20Innovation%20Service%20Design.pdf. Acesso em: 16 set. 2013.

MAGER, B.; SUNG, T. J. Special issue editorial: **Designing for services**. International Journal of Design, V.5, n° 2, p.1-3, 2011.

MANHÃES, Maurício Cordeiro. **A inovação em serviços e o processo de criação do conhecimento: uma proposta de método para o design de serviço**. 2010. 210 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento, Departamento de Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

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.

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.

MOYSES, Jeferson Munhoz. **O REPOSICIONAMENTO DE UMA MARCA HOTELEIRA NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O CLUB MED**. 2010. 146 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2010.

MORITZ, Stefan. **Service Design: practical access to an evolving field**. Köln International School of Design, University of Applied Sciences Cologne, 2005. 125 p.

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

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.

PETRELLI, Marco Aurélio; ARANHA, Silvano Campos. **Estratégia baseada na marca: Estudo de Caso do Segmento Hoteleiro de Balneário Camboriú - SC**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 10. 2012, São Luís (Ma). Anais.... São Luís (Ma): Edufma, 2012. p. 1815 - 1819.

PREISER, Wolfgang F. E.; SMITH, Korydon H. (Ed.). **UNIVERSAL DESIGN HANDBOOK**. United States Copyright Act: McGraw-hill, 2011. 492 p.

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.

ROSA, Mirela. **Contribuições da integração do design baseado em evidências e experiências para um projeto em design de serviços no contexto hospitalar**. 2013. 180 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Departamento de Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2013.

SILVA, Alexandre Messa; NEGRI, João Alberto De; KUBOTA, Luis Claudio. Estrutura e dinâmica do setor de serviços no Brasil. In: NEGRI, João Alberto de; KUBOTA, Luis Cláudio. **Estrutura e Dinâmica do Setor de Serviços no Brasil**. Brasília: Ipea, 2006. Cap. 1, p. 15-34. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/capitulo_1_estrutura.pdf>. Acesso em: 08 out. 2013.

SIQUEIRA, Eduardo Augusto Benedeti da Silva; SILVA JÚNIOR, Sérgio da Cruz; SOUZA, Marco Antônio Ferreira de. **A estratégia discutida através de variáveis da administração: Perguntas e Respostas**. Revista de Administração Faces Journal, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p.55-69, 10 dez. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/pretexto/article/download/660/567>>. Acesso em: 29 ago. 2013.

SHIMOSAKAI, Ricardo. **Pesquisa da dissertação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <ricardo@turismoadaptado.com.br> em 23 julho 2014a.

SHIMOSAKAI, Ricardo. **Pesquisa da dissertação**. [mensagem pessoal]. Mensagem

gem recebida por < ricardo@turismoadaptado.com.br > em 24 julho 2014b.

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.

TASSI, Roberta. **Design dela comunicazione e design dei servizi: Il progetto della comunicazione per l'implementazione**. In: ___Comunicazione e design dei servizi. Milano: Politecnico di Milano, 2008. P. 22–27.

TURRIONI, João Batista; MELLO, Carlos Henrique Pereira. **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção: estratégias, métodos e técnicas para a condução de pesquisas quantitativas e qualitativas**. 2011. Disponível em: <http://www.carlosmello.unifei.edu.br/Disciplinas/Mestrado/PCM-10/Apostila-Mestrado/Apostila_Metodologia_Completa_2012.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2014.

UNESCO. **Estudo para criação do Selo Nacional de Acessibilidade: DOCUMENTO ELABORADO NO ÂMBITO DO PROJETO 914BRZ3046 UNESCO**. 2013. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/gwitte/estudo-selo-nacional-de-acessibilidade>>. Acesso em: 02 ago. 214.

UNWTO. World Tourism Organization. ONU (Org.). **Recommendations on Accessible Tourism**. 2013. Disponível em: <<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenokacc.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2014.

VALOR ANÁLISE SETORIAL: **A Indústria Hoteleira no Brasil**. São Paulo, ago. 2010.