



**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA**  
**PRÓ REITORIA DE ENSINO**  
**CAMPUS GUARABIRA**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

**MARIA IZABELLY SILVA DOS SANTOS**

**A QUESTÃO DA ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NOS  
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS VAREJISTAS EM VESTUÁRIO NA  
CIDADE DE MAMANGUAPE**

**GUARABIRA/PB**

**2018**

Maria Izabelly Silva dos Santos

**A QUESTÃO DA ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NOS  
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS VAREJISTAS EM VESTUÁRIO NA  
CIDADE DE MAMANGUAPE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia  
em Gestão Comercial do Instituto Federal da  
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito  
obrigatório para a obtenção do título de  
tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientador(a): Me. Erivan Lopes Tomé Junior

GUARABIRA, PB

2018

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

S237q Santos, Maria Izabelly Silva dos

A questão da acessibilidade das pessoas com deficiência nos estabelecimentos comerciais varejistas em vestuário na cidade de Mamanguape / Maria Izabelly Silva dos Santos. – Guarabira, 2018.  
21 f.:il.;color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial) – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2018.

"Orientação: Prof. MSc. Erivan Lopes Tomé Junior."

Referências.

1. Acessibilidade no comércio. 2. Deficiência. 3. NBR. I. Título.

CDU 72.051

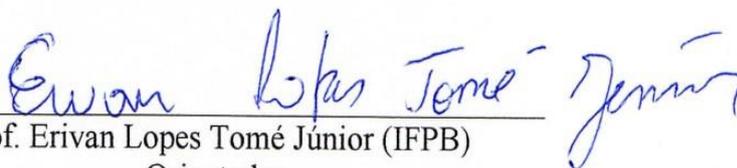
MARIA IZABELLY SILVA DOS SANTOS

**A QUESTÃO DA ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NOS  
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS VAREJISTA EM VESTUÁRIO NA CIDADE  
DE MAMANGUAPE**

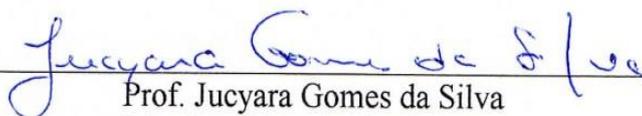
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia  
em Gestão Comercial do Instituto Federal da  
Paraíba – Campus Guarabira, como requisito  
obrigatório para a obtenção do título de  
tecnólogo em Gestão Comercial.

Defendida em: 22 / 11 / 2018.

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Erivan Lopes Tomé Júnior (IFPB)  
Orientador



Prof. Jucyara Gomes da Silva  
Membro Examinador Interno



Larisse Lima de Sousa  
Membro Examinador Externo

## **RESUMO**

Como a acessibilidade no comércio ainda é um assunto pouco discutido, a seguinte pesquisa procura analisar a questão da acessibilidade no comércio varejista de vestuário na cidade de Mamanguape-PB. Diante das normas técnicas- ABNT juntamente com a lei 10.098 que estabelece a garantia de um ambiente acessível a todos. Nesta pesquisa quantitativa descritiva exploratória iremos verificar a real situação das empresas da cidade de Mamanguape em termos de ambiente acessível. Por meio de coleta de dados, a pesquisa tem como objetivo mensurar a quantidade de lojas que possuem acessibilidade e as que não possuem. Conforme o desenrolar da pesquisa e aplicação de questionários para entender a situação das empresas e observou uma grande de falta de estrutura conforme as normas e atendimento qualificado. Portanto, este estudo é importante para a sociedade se conscientizar e também para os comerciantes analisar a situação do seu comércio através das questões respondidas para cada questão feita com esse trabalho.

**Palavras-chave:** Comércio; Acessibilidade; Deficiência

## **ABSTRACT**

As the accessibility in trade is still a subject little discussed, the following research seeks to analyze the issue of accessibility in the retail apparel trade in the city of Mamanguape-PB. In the light of technical standards-ABNT, together with Law 10,098, which establishes the guarantee of an environment accessible to all. In this descriptive exploratory quantitative research we will check the real situation of the companies in the city of Mamanguape in terms of accessible environment. Through data collection, the research aims to measure the number of stores that have accessibility and those that do not. According to the conduct of the research and application of questionnaires to understand the situation of the companies and observed a large lack of structure according to the norms and qualified service. Therefore, this study is important for society to become aware of and also for traders to analyze the situation of their trade through the questions answered for each question made with this work.

**Keywords:** trade; Accessibility; Disability.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>8</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>9</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>22</b>
<b>APÊNDICE A – Questionário.....</b>	<b>24</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A acessibilidade ainda é um assunto pouco discutido, seja em termos de atendimento ao cliente ou até nas adequações de estrutura do ambiente físico. Ainda que hajam leis estabelecidas para, de certo modo, incentivar à acessibilidade são poucas as empresas que se adaptam para receber toda população dentro do seu estabelecimento de forma que todos se sintam independentes mesmos com suas limitações.

Um ambiente acessível terá que atender as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – que estabelece as principais NBRS para acessibilidade de deficientes no país. Em se tratando de um ambiente comercial as normas (NBR 9050) determinam que haja desde entrada com rampa até balcão de atendimento, de tal forma que o estabelecimento se adapte a todos seus clientes e principalmente aos que possuem algum tipo de deficiência ou dificuldade de locomoção.

Mesmo contando com decretos que reconhecem o direito à acessibilidade, ainda há falta de conhecimento perante este assunto, por parte dos proprietários e funcionários das lojas, fazendo o cliente passar por diversos constrangimentos na hora de comprar alguma mercadoria. Uma empresa, sem dúvida alguma, é um ambiente de socialização com trocas de valores para ambas partes, e quando a organização pode levar algo a mais, surpreendendo o cliente, esta ganha um ponto extremamente positivo em relação à concorrência, principalmente quando se trata da inclusão social.

É exatamente por essa inquietação que se objetivou essa pesquisa que procura analisar a aplicabilidade da NBR, 2015 no comércio de vestuário da cidade de Mamanguape-PB, por meio de questionários no qual elaborei nas lojas da própria cidade. Assim, buscou-se identificar se estes estabelecimentos estão de acordo com as normas da NBR 9050/2015, no que concerne à acessibilidade.

O presente artigo procurou verificar dados da presença de acessibilidade no comércio em vestuário a fim de saber se a lei 10.098/2000 que estabelece normas gerais e critérios básicos para promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida mediante a suspensão de barreiras se está sendo realmente colocado em prática.

Visou também conscientizar os empresários na preparação ou adequação dos empreendimentos, caso ainda não tenha um conhecimento baseado na NBR 9050, com o intuito de ajudar a tornar seus estabelecimentos acessíveis e sem barreiras que na circulação de todos os clientes.

Portanto, este estudo é importante para as pessoas que possuem algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida, para que possam sentir-se integradas nos ambientes que antes não tinham acesso, deixando-as de certa forma mais “independentes”. Para os lojistas será de suma importância pois aumentará o fluxo de pessoas na loja, além de promover a acessibilidade. Sendo assim, fazendo a sociedade perceber a necessidade de atender esse grupo de pessoas que na maioria das vezes é excluída e esquecida.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A pessoa tem suas singularidades e características diferentes umas das outras. Quase 24% da população brasileira é composta por pessoas que possuem algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida. De acordo com o último censo do Instituto de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil possui 45 milhões de pessoas com deficiência (PCD).

Infelizmente, atualmente uma grande parte da sociedade ainda visa as pessoas com deficiência com piedade e julgamentos incorretos, percebe que nem todo deficiente necessita de uma acompanhante, pois se o ambiente for propício para sua locomoção ele nem precise de um auxílio. A população precisa compreender que PCD são pessoas que têm direitos e merecem respeito para com todos, além de que são cidadãos que lutam diariamente para se tornarem independentes e ultrapassar os limites que a deficiência e a própria sociedade impõem.

A preocupação com a discriminação foi motivo para o Brasil está se desdobrando a cuidados para com a questão acessibilidade na implementação da lei 10.098/2000 e da NBR 9050/2005 – que exige e especificam a garantia de acessos em locais públicos e privados, estabelecimentos comerciais, dando assim aos mesma maior participação social. Em relação às normas brasileiras, a significação de acessibilidade está grafada na Lei nº 10.098/2000, de 19.12.2000, cujo artigo 2º, I, a enuncia nos seguintes termos: [...] possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação, por pessoas portadoras de deficiência e com mobilidade reduzida.

Todas essas considerações iniciais são pertinentes e importantes de se ressaltar, visto que, a questão da acessibilidade é um tema social cada vez mais relevante e presente em nossa sociedade. Embora, a lei já esteja em vigor, a ação por meio do comércio ainda se encontra com uma grande falta de conhecimento por parte do proprietário e funcionários dos estabelecimentos

comerciais, seja por falta de atendimento especializado e também pela falta de preocupação em deixar o ambiente de trabalho com público de forma acessível para com todos.

A referida lei também inovou no ordenamento jurídico brasileiro ao introduzir o conceito de mobilidade reduzida, ampliando a abrangência do público para o qual se destinam as políticas públicas de acessibilidade, envolve idosos, gestantes, crianças de colo, dentre outros. Elege a adoção das normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas –ABNT que através da edição das normas brasileiras –NBR, configuram-se como parâmetros a serem utilizados na promoção da acessibilidade nos espaços e edifícios de uso público e privado e no mobiliário e equipamento urbano, uniformizando as regras (MORAIS, 2011)

Conforme Morais (2011), a lei não só se encaixa restritamente a pessoas com deficiência, mas também a pessoa que de alguma forma necessita a peculiaridades em questão ao meio em que se encontram para uma qualidade de vida e segurança.

A inclusão precisa de mais divulgação e conscientização, o marketing tem uma grande repercussão, principalmente quando se trata de um diferencial que afeta o sentimental de milhares de pessoas, além de estar levando a comunicação e questão de responsabilidade social.

O apelo estético que os transforma em ‘objeto de desejo’ permitindo sua inclusão nas vitrines ainda e pouco explorado, da mesma forma que as soluções não são expostas na mídia. (DURAN E ESTEVES, 2010)

E enquanto essa situação permanecer, as pessoas com deficiência terão dificuldades para exercerem plenamente sua cidadania, continuarão excluídas socialmente, sem terem acesso às lojas, ao comércio, à economia brasileira, de forma efetiva.

### **3 METODOLOGIA**

O presente artigo teve sua metodologia na forma descritiva exploratória, sendo aplicado pela própria pesquisadora os questionários no comércio de vestuários na cidade de Mamanguape com perguntas referentes à acessibilidade, por meio de coleta de dados, a pesquisa se classificou como quantitativa já que teve como objetivo mensurar a quantidade de lojas que possuem acessibilidade e as que não possuem onde foram aplicados os questionários.

Segundo esclarece Fonseca (2002, p. 20): Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se

centra na objetividade. Influenciada pelo Positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.

Já Kauark (2010, p. 27) afirma que, “Pesquisa quantitativa considera o que pode ser quantificável, o que significa traduzir inúmeras opiniões, informações para classificá-las e analisá-las”.

Pode ser feito através do método da pesquisa quantitativa fazer o levantamento de dados e entrevistas com questões abertas e fechadas, permitindo assim enxergar ambos no sentido de poderem ser trabalhadas em conjunto, colaborando para uma interpretação mais ampla da realidade apresentada.

Por fim, a pesquisa teve por objetivo identificar as principais barreiras seja pela falta de conhecimento com relação às normas da ABNT e NBR que esclarece todas as normas de um comércio acessível ou por outro motivo que será descoberto com o desenrolar da pesquisa, deste modo também proporcionando conhecimento ao empresário e proletariados deixando-os mais cientes da importância em atender às necessidades do cliente e possibilitar mais independência aos consumidores que se encaixam nas leis de acessibilidade.

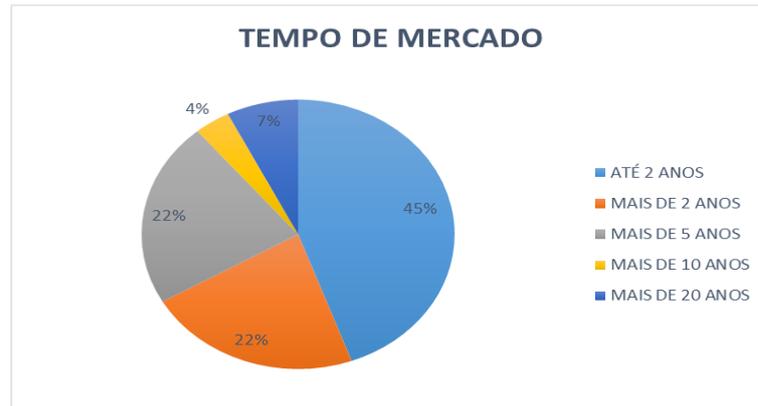
A amostra foi composta por 27 estabelecimentos comerciais, no ramo de vestuários da cidade de Mamanguape – PB.

Após feito todo este processo de coleta de dados, as informações foram lançadas no Excel, em seguida, tabuladas, calculadas e analisadas por intermédio de gráficos para melhor entendimento.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Para a coletar as informações desta pesquisa foram aplicados questionários com questões fechadas em 27 empresas na cidade de Mamanguape (PB) em agosto de 2018, com o intuito de analisar a real situação dos estabelecimentos e como os empresários estão agindo não apenas normas da ABNT-Associação brasileira de normas técnicas mas também se eles se preocupam com questão de implementar tais normas em seus estabelecimentos.

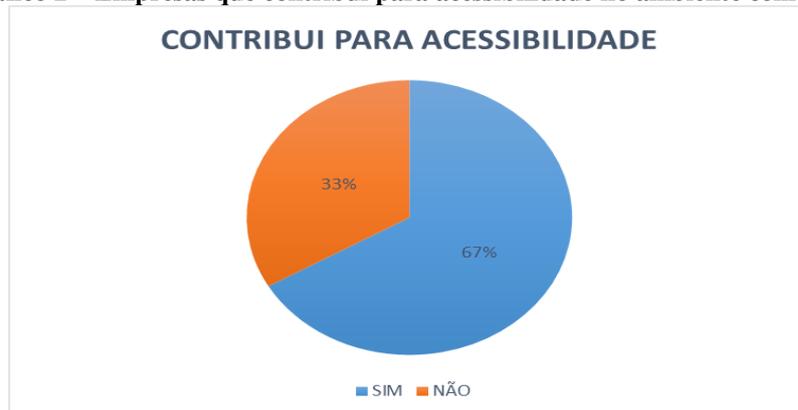
**Gráfico 1 – Tempo das empresas no mercado de trabalho.**



Fonte: Elaboração própria.

O gráfico acima mostra o tempo que cada empresa está dentro do mercado, algumas novas com apenas um ano de mercado e outras com até mais de 20 anos, cerca de 45% das empresas que são a maioria estão com até 2 anos a minoria ficou com empresas com mais de 10 anos e com a mesma porcentagem ficou as de mais de 2 anos e mais de 5 anos.

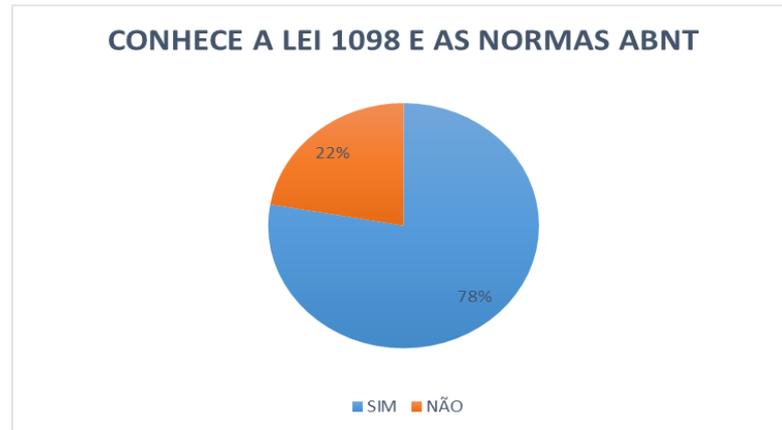
**Gráfico 2 – Empresas que contribui para acessibilidade no ambiente comercial**



Fonte: Elaboração própria.

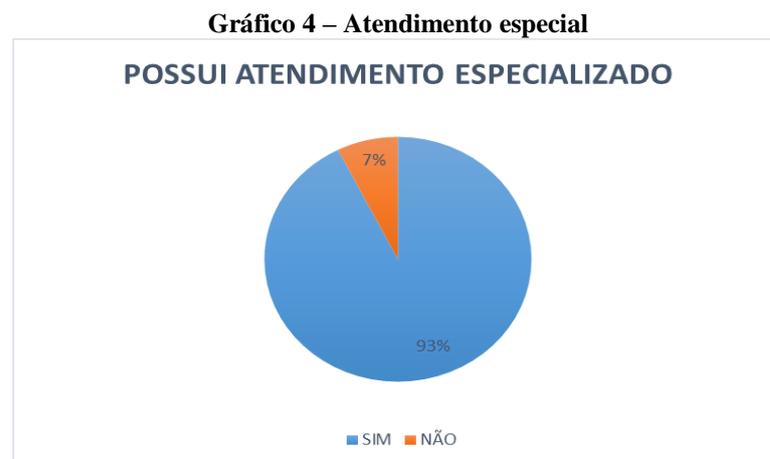
O gráfico 2 mostra a porcentagem de empresas que acreditam estar contribuindo para acessibilidade no ambiente comercial, como podemos ver 67% acreditam estar contribuindo para acessibilidade, já 33% responderam que não estão contribuindo.

**Gráfico 3 – Conhecimentos das normas ABNT**



Fonte: Elaboração própria.

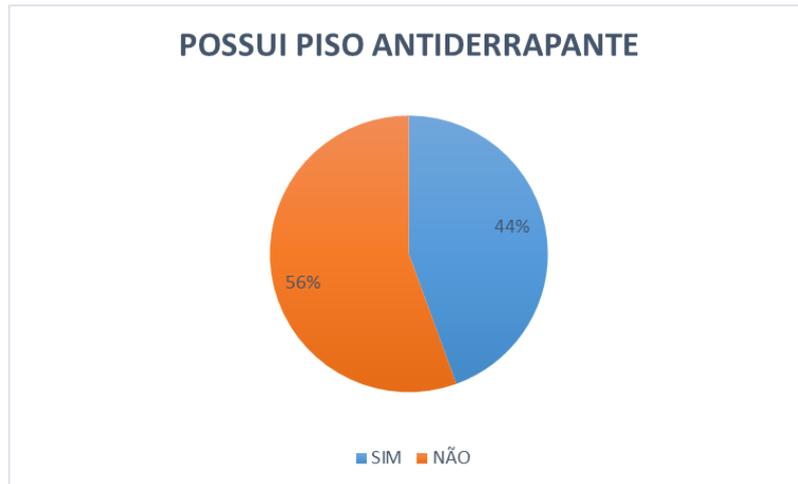
No gráfico acima, em relação à questão de conhecimento das normas ABNT e conhecer a lei 1098 78% das empresas têm sim conhecimento, já 22% não conhecem, deixando claro que mais da metade dos empresários têm sim conhecimento das normas.



Fonte: Elaboração própria.

Como podemos ver o gráfico 4 mostra que 93% das empresas dizem ter um atendimento especializado e apenas 7% responderam não em questão atendimento ao cliente com deficiência ou mobilidade reduzida.

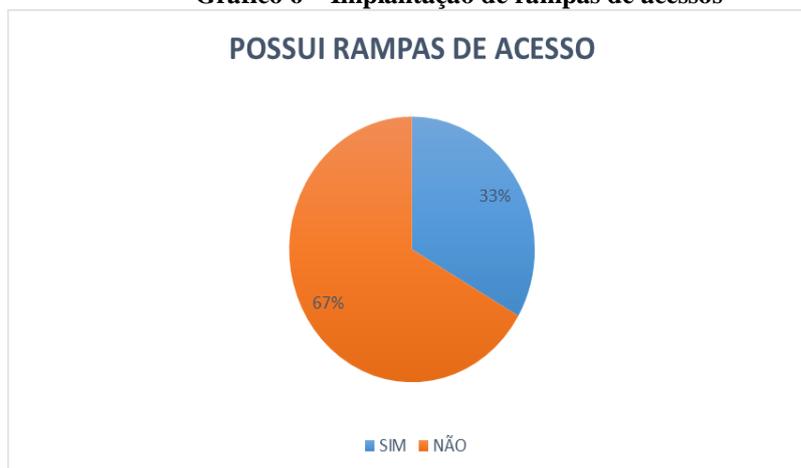
#### Gráfico 5 – Acessibilidade nos assoalhos das empresas



Fonte: Elaboração própria.

Em questão de piso em bom estado e antiderrapante 56 % responderam não ter, mostrando que mais da metade das lojas não estão totalmente preparados estruturalmente

**Gráfico 6 – Implantação de rampas de acessos**



Fonte: Elaboração própria.

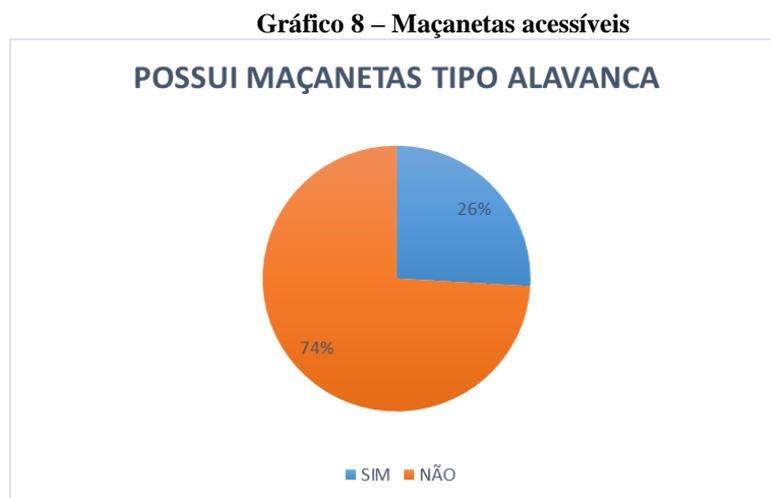
A questão de rampas de acesso na porta do comercio ou dentro em algum local que necessite deste meio e um fato muito importante para não apenas para a entrada de um deficiente mais também de um idoso, gestante ou alguém com algum tipo de mobilidade reduzida.

**Gráfico 7 – Portas com acesso**



**Fonte: Elaboração própria.**

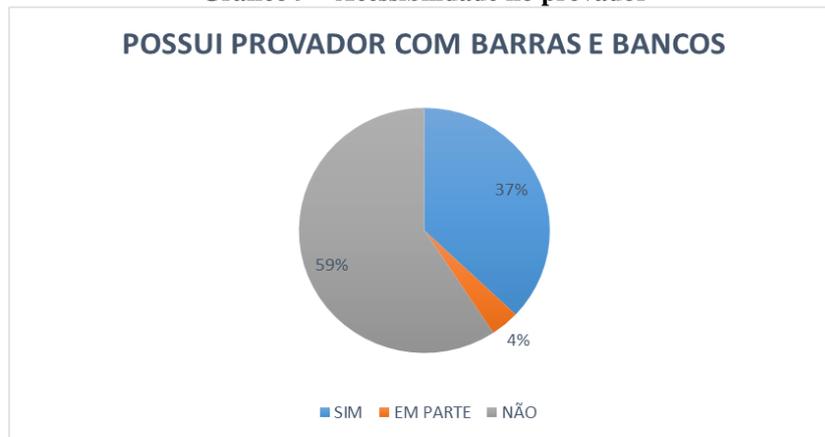
Em questão porta de entrada boa parte estava de acordo com normas técnicas, cerca de 85% de empresas possui a entrada da loja com largura igual ou superior a 0,80cm de largura.



**Fonte: Elaboração própria.**

Já em questão das maçanetas, 74% não possui tipo alavanca, as quais facilitam o acesso a todas as pessoas, dificultando a possibilidade de uma certa independência principalmente aos cadeirantes.

Gráfico 9 – Acessibilidade no provador



Fonte: Elaboração própria.

Em questão de provador de peças nas empresas da pesquisa, 59% foi relativo a não ter uma barra de apoio e um banco para apoio, 39% com resposta de ter as duas alternativas em seu estabelecimento e outros 4% responderam ter pelo menos uma das opções.

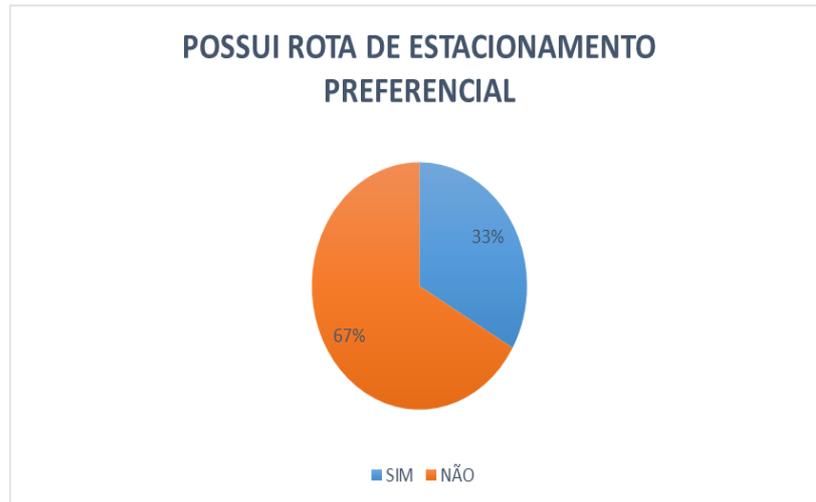
Gráfico 10 – Expositores de produtos



Fonte: Elaboração própria.

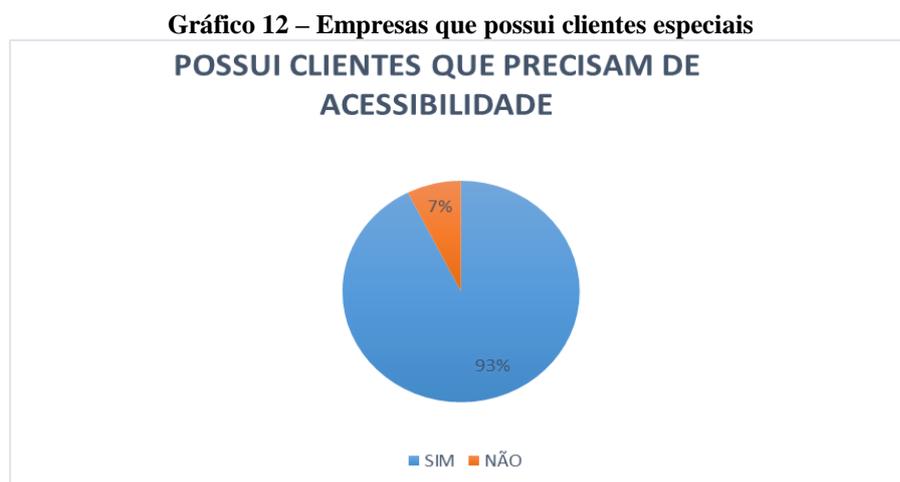
De fato, o gráfico 10 mostra a questão expositores de produtos nas lojas de vestuário com base nos dados a seguinte amostra revela que 78% estão de difícil acesso dificultando a possibilidade de pegar os produtos sozinho deste modo fazendo sempre necessários do auxílio de um funcionário da empresa.

Gráfico 11



**Fonte: Elaboração própria.**

Referente ao estacionamento preferencial ou rotas próximas apenas 33% possui as outras 67% não possui nem rotas próximas nem estacionamento.



**Fonte: Elaboração própria.**

Com base nesse gráfico da pesquisa 93% das empresas afirmaram ter clientes que necessitam de acessibilidade uma porcentagem bastante significativa, e apenas 7% afirma não ter.

**Gráficos da porcentagem de clientes com deficiência de acordo com as empresas**

**Gráfico 13 – Clientes com deficiência auditiva**



**Fonte: Elaboração própria.**

Cerca de 55% das empresas responderam ter clientes com deficiência auditiva, trazendo a necessidade de ter funcionários especializados em LIBRAS para receber os respectivos clientes, os 44% responderam que não têm clientes com esse tipo de deficiência.



**Fonte: Elaboração própria.**

Em relação a clientes com deficiente intelectual 85% das empresas responder que atendem pessoas com esse tipo de deficiência, e as outras 15% responderam que não possui clientes com tal deficiência.

**Gráfico 15 – Clientes cadeirante**



**Fonte: Elaboração própria.**

59% das empresas responderam que possui uma frequência de clientes com que são cadeirantes e outras empresas com 41% com resposta de não ter cliente com essa deficiência, levando em conta que 67% não tem rampa de acesso dificultando desde a entrada do cliente.

Como mostra o gráfico do (IBGE) abaixo existe um número amplo de clientes com algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida, se as empresas se preocupassem em garantir ao público um fácil acesso tanto por meio tecnológicos como aplicativos e plataformas virtuais, tanto como uma boa mobilidade de acesso ao local e interior do comércio, visando o bem estar da pessoa com deficiência/mobilidade reduzida tanto a satisfação da família ou acompanhante.

**Tabela 1** - População por tipo de deficiência – 14ª Região de Saúde – Paraíba, 2010.

14ª Região de Saúde- Paraíba, 2010										
Município	Classificação por tipo de deficiência									Deficiência
	Deficiência Visual			Deficiência Auditiva			Deficiência para Mot			
	Alguma	Grande	Total	Alguma	Grande	Total	Alguma	Grande	Total	
Baia da Traição	1.447	411	11	302	80	14	489	274	11	122
Capim Cuité de Mamanguape	738	177	0	214	46	10	255	145	49	132
Curral de Cima	890	132	17	155	25	8	181	22	21	37
Itapororoca	3.268	749	62	843	196	29	1.047	413	117	347
Jacaraú	2.674	700	48	831	190	9	908	477	66	359
<b>Mamanguape</b>	<b>7.813</b>	<b>2.372</b>	<b>56</b>	<b>2.130</b>	<b>622</b>	<b>41</b>	<b>2.594</b>	<b>1.513</b>	<b>203</b>	<b>939</b>
Marcação	1.494	438	24	361	102	12	448	212	47	149
Mataraca	1.244	480	10	305	92	8	282	183	21	107
Pedro Régis	717	165	38	263	93	35	224	139	54	52
Rio Tinto	5.047	1.263	68	1.357	328	61	1.770	889	96	253
Total	26.482	7.220	341	7.029	1.882	231	8.557	4.437	710	2.597
	Alguma	Grande	Total	Alguma	Grande	Total	Alguma	Grande	Total	<b>Intelectual</b>

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), 2010

## Mobilidade Reduzida

Gráfico 16 – clientes Gestantes



Fonte: Elaboração própria.

97% das lojas de vestuário respondeu sim na questão de receber mulheres gestantes em seu comércio, e apenas 7% das empresas não atende esse tipo de mercado.

**Gráfico 17 – Clientes pós cirurgia**

**Fonte: Elaboração própria.**



Em questão a receber clientes que fez alguma cirurgia 85% não receberam clientes nesse estado provisório e outras 15% responderam que sim.

**Gráfico 18 – Clientes idosos**



**Fonte: Elaboração própria.**

Quase todas as lojas recebem clientes idosos, cerca de 96% responderam sim e apenas 4% responderam não ter clientes idosos.

**Gráfico 19 – Motivos por não concordar com as normas técnicas**

Fonte: Elaboração própria.

Dentre as perguntas do questionário estava a pergunta: por qual motivo não está de acordo com as normas técnicas, com 41% a resposta foi pela falta de retorno financeiro 18% por falta de ponto próprio 15% ficou falta de conhecimento das normas e também com mesma porcentagem ficou a falta de recurso financeiro para investir nessa área do estabelecimento pois priorizam investir na mercadoria, e com 11% ficou a alternativa falta de clientes com algum de deficiente ou mobilidade reduzida.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar os dados podemos ressaltar que, inicialmente, grande parte das empresas tem um conhecimento das leis e normas. Segundo: possuem muitos clientes que necessitam de acessibilidade, mas ainda não se deram conta da demanda específica que estão deixando de atender e conseqüentemente fidelizar, pois 47% das empresas estão vendo como algo sem retorno financeiro, esquecendo o quanto estão deixando de encantar seus clientes na principal forma que é afetando o seu emocional, deste modo deixando de atingir só o cliente com necessidades especiais, mas também a família dele e também todos os conhecidos, não apenas por estar de acordo com as normas, mas pela preocupação em tornar pelo menos sua empresa em um ambiente livre das barreiras arquitetônicas e de certa forma quebrando o preconceito.

Por outro lado podemos ver que se tem uma grande dificuldade para parte de alguns empresários pois alguns pagam aluguel conforme a pesquisa que corresponde a 18% das empresas, embora isso não seja motivo para continuar do jeito que está, mas de certa forma vai

deixando essa questão de acessibilidade em último caso, afim de reduzir gastos. Com essa dificuldade poderia criar uma espécie de incentivo para regulamentar a questão da acessibilidade nas lojas varejistas assim como já existe para a inclusão social, criar um desconto de materiais de construção ou até mesmo desconto em tributos fiscais para empresas que estivessem dispostas a se adaptar de acordo com normas ABNT. Uma boa opção também era entrar em conjunto com o (SEBRAE) já que o mesmo criou uma cartilha especialmente para essa questão do comércio acessível, com todas as informações necessárias. E por fim, também poderia ofertar cursos gratuitos para atendentes aprenderem LIBRAS ou até mesmo se aperfeiçoar em como atender diferentes deficiências.

Em suma, todo esse conjunto só iria trazer benefícios para todos, principalmente, aqueles que estão sofrendo com a questão da acessibilidade, além de gerar um ponto positivo na sociedade vai estar gerar um aumento no fluxo de caixa para cada empresa.

## REFERÊNCIAS

ABNT NBR 9050, (2005) [http://www.aeap.org.br/doc/nbr\\_9050\\_2004\\_acessibilidade.pdf](http://www.aeap.org.br/doc/nbr_9050_2004_acessibilidade.pdf)

BRASIL,2000.<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10098.htm)>.

BRASIL,(2016)<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/09/cresce-numero-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho-formal>

DURAN, M. G.; ESTEVES, R. G. Ações integradas para acessibilidade em escolas: um caminho para a inclusão. In: PRADO, A. R. de A.; LOPES, M. E.; ORNSTEIN, S. W. (Org.).

Desenho universal: caminhos da acessibilidade no Brasil. 1 ed. São Paulo : Annablume 2010.

KAUARK, Fabiana et al. Metodologia da pesquisa: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

BRASIL,(2016)<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/09/cresce-numero-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho-formal>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/>

MORAIS, (2011)

FONSECA (200, P 27)

BRASIL, (2016)

## APÊNDICE

Esta pesquisa tem por objetivo analisar e estudar a questão da acessibilidade das pessoas com deficiência nos estabelecimentos comerciais varejista em vestuário na cidade Mamanguape –PB. Os dados coletados serão utilizados para elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso Superior em Gestão Comercial, sob orientação do Professor Mestre Erivan Lopes Tomé Junior no Instituto Federal da Paraíba – Campus Guarabira.

1. Há quanto tempo está no mercado?
  - 1 ano
  - mais de 2 anos
  - mais de 5 anos
  - mais 10 anos
  - mais de 20 anos
2. Na sua opinião, sua empresa tem contribuído para a questão da acessibilidade no comércio de acordo com as normas ABNT?
  - Sim  Não
3. você tem conhecimento da lei 10.098 na qual exige a garantia de acesso em locais públicos e privados, para atender ao portador de necessidade especiais?
  - Sim  Não
4. Os funcionários da sua empresa estão preparados para receber alguma deficiência ou mobilidade reduzida?
  - Sim  Não
 Se sim, de qual modo?
  - sabe libras
  - sabe como tratar a todos sem preconceito
  - outros -----
5. Seu estabelecimento está localizado em rotas próximo ao estacionamento ou possui estacionamento preferencial?
  - Sim  Não
6. possui calçada em bom estado e piso antiderrapante?
  - Sim  Não
7. as portas estão com 0,80cm de largura e com abertura para fora?
  - Sim  Não

8. as maçanetas são tipo alavanca com altura de 0.80cm por 1,00m?
  - sim  não
- 9 possui rampa de acesso?
  - Sim  Não
11. prateleiras\ expositores estão ao alcance de todos?
  - Sim  Não
- 12 balcão está com altura de 0,90m?
  - sim  não
- 13 corredores são amplos?
  - sim  não
- 14 o provador possui banco e barra de apoio?
  - sim  não
- 15 permite acesso de cão guia acompanhando deficiente visual?
  - sim  não
- 16 por qual sua empresa não está de acordo com a normas ABNT ,conforme a lei 10.098 exige?
  - falta de recurso financeiro
  - falta de conhecimentos das normas
  - vejo como um investimento sem retorno financeiro
  - não tenho clientes que necessite desse atendimento específico
  - Não ter ponto próprio
- 17 você tem algum cliente com algum tipo de deficiência ou mobilidade reduzida?
  - sim  não
 Se sim qual?
  - visual
  - surdo\mudo
  - cadeirante
  - gestante
  - idoso
  - intelectual
  - pessoas cirurgiada