

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE GOIÁS
CAMPUS GOIÂNIA
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DOS SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE

ALLINE CARLA DE SOUZA PRATES

A HOSPITALIDADE NAS COMPANHIAS AÉREAS BRASILEIRAS:
ATENDIMENTO AO PASSAGEIRO DO CHECK-IN AO DESEMBARQUE

GOIÂNIA, 2022



INSTITUTO FEDERAL
Goiás

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAÇÃO NO REPOSITÓRIO DIGITAL DO IFG - ReDi IFG

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Digital (ReDi IFG), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IFG.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- | | |
|--|---|
| ☐ Tese | ☐ Artigo Científico |
| ☐ Dissertação | ☐ Capítulo de Livro |
| ☒ Monografia – Especialização | ☐ Livro |
| ☐ TCC - Graduação | ☐ Trabalho Apresentado em Evento |
| ☐ Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____ | |

Nome Completo do Autor: Aline Carla de Souza Prates

Matrícula: 20201011230118

Título do Trabalho: A hospitalidade nas companhias aéreas brasileiras: atendimento ao passageiro do check-in ao desembarque

Autorização - Marque uma das opções

1. ☒ Autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG (acesso aberto);
2. ☐ Autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG somente após a data ____/____/____ (Embargo);
3. ☐ Não autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG (acesso restrito).

Ao indicar a opção **2 ou 3**, marque a justificativa:

- ☐ O documento está sujeito a registro de patente.
- ☐ O documento pode vir a ser publicado como livro, capítulo de livro ou artigo.
- ☐ Outra justificativa: _____

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O/A referido/a autor/a declara que:

- i. o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- ii. obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- iii. cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás.

____Goiânia_____, _23_/_08_/_2022_.

Local

Data



Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais

ALLINE CARLA DE SOUZA PRATES

A HOSPITALIDADE NAS COMPANHIAS AÉREAS BRASILEIRAS: ATENDIMENTO
AO PASSAGEIRO DO CHECK-IN AO DESEMBARQUE

Trabalho de Conclusão de Curso, no formato de artigo científico, apresentado ao curso de Especialização em Gestão dos Serviços de Hospitalidade, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás - Campus Goiânia/IFG, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão dos Serviços de Hospitalidade.

Orientador(a): Prof(a). Dr(a). Regina Maria Jordão Cardoso de Castro.

GOIÂNIA, 2022



ATA Nº 018/2022

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE APRESENTAÇÃO E DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e três dias do mês de agosto de dois mil e vinte e dois, às quinze horas e quarenta minutos, por via remota, plataforma Google Meet, com acesso pelo link [joj-vrpmeet.google.com/dxw-r](https://meet.google.com/dxw-r), teve lugar a defesa pública de Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) como requisito obrigatório para conclusão do Curso de Especialização em Gestão dos Serviços de Hospitalidade, vinculado ao Departamento de Áreas Acadêmicas I do Câmpus Goiânia. A aluna Alline Carla de Souza Prates, matrícula Nº 20201011230118, submeteu o trabalho intitulado “A HOSPITALIDADE NAS COMPANHIAS AÉREAS BRASILEIRAS: ATENDIMENTO AO PASSAGEIRO DO CHECK-IN AO DESEMBARQUE” como exigência para obtenção do Título de Especialista em Gestão dos Serviços de Hospitalidade. A banca examinadora foi composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. Regina Maria Jordão Cardoso de Castro (Orientadora - IFG); Profa. Dra. Clarinda Aparecida da Silva (IFG); Profa. Ma. Sandra Santos Faria (IFG).

Em conformidade com o Art. 34 da Resolução do Conselho Superior do IFG, Nº 19 de 21 de maio de 2020 “o Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser avaliado por uma Banca de Professores, sendo considerado aprovado, aprovado com ressalvas ou reprovado”.

Iniciada a sessão pelo presidente da banca examinadora, a discente expôs o assunto, dentro do tempo regulamentar de vinte minutos, sendo na sequência arguida pelos membros da banca e tendo dado os esclarecimentos necessários, obteve o parecer final:

- I. (x) Aprovada.
- II. () Aprovada com Ressalvas
- III. () Reprovada

Goiânia, 23 de agosto de 2022.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Regina Maria Jordão Cardoso de Castro (presidente/orientadora - IFG)
Profa. Dra. Clarinda Aparecida da Silva (IFG)
Profa. Ma. Sandra Santos Faria (IFG)

Pós-Graduanda

Alline Carla de Souza Prates (Matrícula IFG Nº 20201011230118).

Documento assinado eletronicamente por:

Sandra Santos Faria, SUB-CHEFIA - GYN-CCATH, em 22/09/2022 19:10:39.

Alline Carla de Souza Prates, 20201011230118 - Discente, em 22/09/2022 16:42:27.

Regina Maria Jordao Cardoso de Castro, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 22/09/2022 13:50:44.

Clarinda Aparecida da Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 22/09/2022 13:14:38.

A hospitalidade nas companhias aéreas brasileiras: Atendimento ao passageiro do check-in ao desembarque

Alline Carla de Souza Prates

RESUMO

No contexto do universo da hospitalidade na aviação, esta pesquisa tem como objetivo abordar como os passageiros percebem a hospitalidade como um todo em cada processo da viagem, e a partir disso confirmando ou refutando o entendimento se a recepção do embarque, o bordo até o desembarque da aeronave promove o sentimento de acolhimento considerando-se também a abordagem de como está o cenário atual das companhias aéreas em relação à hospitalidade moderna ligada a tecnologia. Esse estudo foi feito com base na experiência da pesquisadora com o trabalho neste segmento, portanto se constituindo em uma pesquisa exploratória, com técnica de observação participante, utilizando-se de conceitos de hospitalidade, tendo como foco aspectos como recepção, conforto, qualidade de serviços, acessibilidade, entre outros. Como fonte de consulta bibliográfica, além de livros e autores que discutem o tema, utilizou-se informações e opiniões de clientes nos sites das empresas. O resultado desta pesquisa permite concluir que há diferenças nos níveis percebidos de hospitalidade por parte dos clientes entre as empresas aéreas e que ambas investem nos processos intangíveis (bem receber, atenção, cordialidade, simpatia), investimento em tecnologia e também em um bom recrutamento de pessoal e treinamento, como uma forma de se criarem os diferenciais em um mercado extremamente competitivo.

Palavras-chave: 1. Hospitalidade 2. Transporte Aéreo 3. Aeroportos 4. Tecnologia.

ABSTRACT

In the context of the universe of hospitality in aviation, this research aims to address how passengers perceive hospitality as a whole in each process of the trip, and from that confirming or refuting the understanding if the reception of the boarding, the board until the disembarkation of the aircraft promotes the feeling of welcome, also considering the approach of the current scenario of airlines in relation to modern hospitality linked to technology. This study was based on the researcher's experience with work in this segment, therefore constituting an exploratory research, with a participant observation technique, using hospitality concepts, focusing on aspects such as reception, comfort, quality of services, accessibility, among others. As a source of bibliographic consultation, in addition to books and authors that discuss the topic, information and opinions from customers on the companies' websites were used. The result of this research allows us to conclude that there are differences in the perceived levels of hospitality by customers between airlines and that both invest in intangible processes (welfare, attention, cordiality, friendliness), investment in technology and also in a good recruitment of personnel and training, as a way of creating differentials in an extremely competitive market.

Keywords: 1. Hospitality 2. Air Transport. 3. Airports 4. Technology.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo abordar como os passageiros do transporte aéreo percebem a hospitalidade como um todo em cada processo da viagem, e a partir disso confirmando ou refutando o entendimento da aplicabilidade de conceitos relacionados à hospitalidade e à qualidade de serviços de atendimento prestados dentro das companhias aéreas, analisando e detalhando todos os processos e fechando com as opiniões dos clientes nesse segmento.

Inicialmente faz-se um breve estudo sobre a história da aviação comercial desde o início aos dias atuais. Em seguida, parte-se para um estudo conceitual sobre turismo e hospitalidade dentro das companhias aéreas abordando sobre a tecnologia agregada às empresas e tratando também sobre acessibilidade para cada tipo de passageiro.

Nesse contexto verifica-se também no mercado da aviação, em todas as etapas do atendimento aos passageiros, desde a compra da passagem no site da cia aérea ou diretamente no balcão, realização do *check-in*¹, recepção a bordo das aeronaves, desempenho da tripulação responsável pelas funções técnicas relacionadas à segurança, e por propiciar a sensação de acolhimento e conforto psicológico no interior das aeronaves. É nesse contexto, da relação entre atendentes de solo, tripulantes e passageiros, que a hospitalidade se faz presente no universo da aviação, suscitando o interesse em entender como essa hospitalidade é vivenciada pelos usuários do transporte aéreo doméstico brasileiro.

Desta forma, pretende-se a partir da observação de diversos autores que criaram suas teorias a respeito da hospitalidade, vista como um ato de bem receber, determinar como na prática elas funcionam na logística de uma viagem.

Para a análise, foi utilizada a pesquisa exploratória que tem como principal foco a descoberta de novas ideias e perspectivas. Desta forma, estes estudos são bastante flexíveis no sentido de considerarem os mais variados aspectos do problema de pesquisa. (SCHLUTER, 2003 p. 72).

Para o referencial teórico, foram revisadas bibliografias e artigos referentes aos transportes aéreos, a hospitalidade como um ato de bem receber; e ainda autores

¹ Registrar-se ou identificar-se para o voo

sobre a qualidade de serviços, acessibilidade, marketing, gestão de processos, destacando o autor Castelli (2010), e outras áreas afins que estejam de acordo com a hospitalidade como um todo em um estudo totalmente interdisciplinar.

2 Histórico da Aviação

A aviação comercial tem seu início entre os anos de 1910 e 1914 quando uma empresa conhecida na época como Delag operava com uma frota de 04 dirigíveis e fazia um transporte regular de passageiros, sem horários programados, entre as cidades de Friedrichshafen e outras cidades alemãs.

Veio então a Primeira Guerra Mundial e serviços como esse da Delag foram cancelados. Entretanto, a Guerra trouxe consigo uma nova era de aeronaves fazendo com que a aviação comercial tivesse um impulso. Com relação ao serviço aéreo internacional regular, este foi lançado pela primeira vez no dia 25 de agosto de 1919 pela companhia Air Transport & Travel Ltd. ligando Londres a Paris. (PALHARES, 2003, p. 104).

Palhares (2003) cita quatro conquistas da década de 1920 que foram as verdadeiras impulsionadoras da aviação comercial. São elas: a travessia do Atlântico Sul, o voo exploratório tríplice, o voo Lindbergh sobre o Atlântico Norte e a travessia do Oceano 25 Pacífico. Além disso, a partir da década de 1950 acontece uma revolução com o surgimento de aviões maiores como os Boeing 707, Douglas DC-08 e um pouco mais tarde os Boeing 747. Com a modernização das aeronaves e do transporte aéreo regular como um todo surge a necessidade de terminais organizados que pudessem receber estes aviões e ao mesmo tempo acolher seus passageiros para o embarque e desembarque. Desta forma, os aeroportos começam a tomar seu espaço.

Observando-se a evolução da aviação comercial, as empresas aéreas foram se adequando ao mercado, os preços das passagens se ajustando para que o crescimento se tornasse viável, em consequência disto, surgiram as empresas *low-cost*,² e o que se observa nos dias de hoje é um perfil de passageiro com mudança considerável, pois a aviação deixou de ser um “*glamour*”³ e se tornou acessível a todos.

² Baixo custo

³ Requite

2.1 Transporte aéreo, turismo e hospitalidade

Hospitalidade e o transporte aéreo estão intimamente ligados, uma vez que os avanços tecnológicos das aeronaves permitiram que maiores distâncias fossem percorridas em menos tempo. Com o mundo cada vez mais moderno e globalizado, o perfil dos viajantes e dos turistas também se modificou. Desta forma, aeroportos e companhias aéreas devem acompanhar estas mudanças e implementar estas inovações tecnológicas a fim de atrair e fidelizar passageiros.

O turismo ocorre quando as pessoas viajam para visitar e conhecer lugares diferentes do seu ambiente habitual, tanto por motivações pessoais ou de negócios. Assim, a Organização Mundial do Turismo (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) considera-o como um fenômeno social, econômico e cultural e caracteriza os indivíduos que praticam atividades turísticas como: visitantes, turistas, excursionistas, residentes ou não residentes (UNWTO, 2014). De acordo com Lamb e Davidson (1996 apud PAGE, 2008), a atividade turística é formada por um tripé: há a oferta de produtos turísticos para a demanda turística (os turistas) usufruir dos mesmos, contando ainda com os transportes para realizar os deslocamentos.

Tal prática se dá no que se denomina por destinos turísticos, espaços onde há infraestruturas e serviços voltados para suprir as necessidades dos viajantes, apresentando-se nas mais diversas escalas (de vilarejos a nações) e tipos (urbanos, rurais, ilhas, etc) (PRIDEAUX, 2009 apud LOHMANN, CASTRO, 2013). Os serviços turísticos são constituídos pela gama de produtos oferecidos aos visitantes, como os meios de hospedagem, os equipamentos de lazer, os transportes, as variadas infraestruturas e os atrativos turísticos. Isto é, por meio deles que há o contato com a comunidade local, a troca entre as culturas e a concepção da experiência turística. Esta, por sua vez, se caracteriza pela percepção que o turista tem de sua viagem, o que engloba todas as etapas envolvidas, desde o embarque no modo de transporte escolhido em seu local de origem, passando pelo meio de hospedagem e os atrativos turísticos visitados no destino até o retorno à sua origem. Portanto, os transportes constituem um elemento chave na experiência da viagem (LAMB E DAVIDSON, 1996 apud PAGE, 2008) o próprio transporte é o principal constituinte da experiência turística.

A atividade turística testemunhou um salto em sua evolução com o advento do transporte aéreo, especialmente devido aos aviões a jato. Há destinos turísticos que

registram a totalidade das chegadas de turistas internacionais a partir da aviação, evidenciando a correlação entre estes dois setores (BIEGER, WITTMER, 2006). Sendo assim, alguns equipamentos se fizeram necessários para que o setor da aviação se expandisse. Um exemplo são os aeroportos, os quais contam com alguns elementos, tais como a pista de pousos e decolagens, o pátio de manobras e o terminal de passageiros (TORRES, 2016).

Na literatura existem diversos conceitos de administração aeroportuária. Uma delas é a administração tradicional, a qual consiste na oferta básica e essencial para que as viagens aéreas ocorram e se desenvolvem principalmente com receitas aeronáuticas (tarifas de embarque, pouso e permanência das aeronaves, por exemplo). Isso torna o aeroporto dependente da atuação das companhias aéreas e do volume de passageiros e carga transportados (PALHARES, 2001). Nesse contexto, os aeroportos seriam apenas terminais de troca entre modos de transporte, ou seja, entre o modo de transporte pelo qual o passageiro chegou ao aeroporto para o transporte aéreo.

Ainda segundo Palhares (2001), as administrações comerciais são um contraponto às tradicionais por terem uma visão mais ampla e explorarem o terminal aeroportuário para outros serviços além da atividade fim do transporte aéreo, visto que há a possibilidade de ofertar uma vasta gama de serviços e comércios.

3 Conceito de hospitalidade e relação ao setor aéreo

A hospitalidade pode ser entendida como a relação que ocorre entre hóspede e anfitrião, que pode ser transposta a qualquer relação entre duas pessoas, entre pessoa e empresa e entre empresa e empresa. Para Lashley e Morrison (2004), é fundamental o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede (ou empresa e cliente):

O entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é, fundamentalmente, o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede. Para ser eficaz, é preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver a ele, hóspede, enquanto indivíduo. (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 21).

Mesmo na relação comercial, o desejo de agradar, acolher e estar com o outro pode ser considerado como hospitalidade. Nesse contexto, ela está diretamente relacionada à percepção da excelência do serviço prestado ao cliente e muitas vezes também na relação social que poderá ser estreitada.

Conhecer e entender os hábitos, valores, emoções, linguagens e atitudes dos consumidores emergentes, se “colocar no lugar do outro” pode ser decisivo para o sucesso de uma experiência de compra. O turista também pode ser visto sob o aspecto humano, com aspirações e desejos e não apenas como alguém que norteia suas escolhas pelo preço.

A oferta de serviços turísticos online divide dois conceitos básicos do marketing de serviços: intangibilidade (não podem ser vistos, tocados ou experimentados antecipadamente) e inseparabilidade (prestação de serviço e consumo simultâneos). Entretanto, segundo Martin (1999) a satisfação do cliente é uma função da sua expectativa e percepção, ambas influenciadas pelo prestador e a diferença entre concorrentes não é preço, mas o que o cliente percebe que recebeu em troca do seu dinheiro, ou seja, valor.

A aviação, assim como outras empresas do ramo de serviços, além de transportar pessoas, oferece alguns serviços agregados aos seus consumidores, totalmente ligados a hospitalidade como por exemplo, os serviços a bordo da aeronave, ato qual pode incluir refeições, bebidas alcoólicas, cobertores, travesseiros e principalmente entretenimento. O serviço prestado por uma companhia aérea se estende também ao atendimento prestado em solo ou em voo, o despacho de bagagens, entre outros serviços que garantem a segurança e conforto dos passageiros. O produto do transporte aéreo é um conjunto de serviços envolvendo o antes, durante e depois do voo.

4 Processos na hospitalidade

Uma boa referência para gestão de processos na hospitalidade é a biografia do Castelli (2010), onde aborda a hospitalidade no contexto da hotelaria e suas aplicações e por parte das empresas prestadoras de serviços, adotando a abordagem da hospitalidade na realidade das organizações. A gestão por processos com base no fluxo de valor, é fundamental para organizações que estejam em busca da eficiência,

pois permite alocar recursos humanos do próprio negócio, suprimindo desperdícios e garantindo o planejamento, o desenvolvimento, a operação e evolução de processos.

Uma Gestão por Processos bem elaborada, implantada e automatizada, contribui para uma eficaz e saudável redução de custos e despesas operacionais, elevando o lucro da organização.

Qualquer atividade, ou conjunto de atividades, que usa recursos para transformar “insumos” em produtos ou serviços pode ser considerada processos. Processo implica encadeamento, sequência das coisas, conexão. Não se trata de uma justaposição, mas de uma conexão. É isso que acontece na operacionalidade dos meios de hospedagem. Castelli (2010), nos dá o exemplo de fluxo de entrada do hóspede. Nele, realizam-se várias tarefas de forma sequencial. Ao se levar o viajante para o apartamento, existem vários procedimentos que devem ser executados para se atingir esse fim (resultado).

Observando a estrutura operacional das companhias aéreas, poderemos identificar vários processos do início ao final da viagem e clientes de todo perfil. Por exemplo, o site é a porta de entrada onde o cliente analisa os trechos da passagem, valor quando se planeja uma viagem, a partir daí *check-in*, embarque, voo e desembarque, a diferença fundamental ao se definir qualidade na prestação de serviços encontra-se na subjetividade e na dificuldade de estabelecer o que é qualidade, uma vez que os clientes reagem diferentemente ao que parece ser o mesmo serviço. Imagine que entre os diversos setores/departamentos da empresa, a partir da conexão entre eles, é gerada uma cadeia de processos, em que o conceito de processos chega até a relação entre as pessoas. Aquele praticado entre as pessoas da mesma área. Então cada colaborador pode ser ora cliente (quando recebe o trabalho de alguém), ora fornecedor (quando realiza uma tarefa para alguém). Daí a importância de cada um ter consciência do impacto de seu trabalho dentro de todo o processo. Se o processo apresentar falhas, certamente irá comprometer a qualidade do produto/serviço.

Para que tudo ocorra bem e os possíveis problemas sejam detectados e corrigidos, é necessário controle. Castelli (2010), afirma: “Em cada área do hotel, existem produtos e serviços (resultados) sendo oferecidos aos clientes durante a sua estada. Produtos e serviços, estes resultantes de processos. Como controlar (gerenciar) tais processos tendo em vista que é deles que depende a qualidade dos

resultados (produtos e serviços)? Fazendo-se uso de itens de controle e itens de verificação.”

Cada cliente possui uma determinada percepção sobre qualidade, muitas vezes esta diferença implica até mesmo em “estado de espírito do cliente” no momento da prestação do serviço. As pessoas possuem padrões diferentes de qualidade. As características presentes nos serviços não dão uma segunda chance para conquistar o cliente, porque elas são definitivas, neste momento da verdade, devido ao fato delas apresentarem peculiaridades como: o serviço humano é um bem indivisível, imprimindo um caráter intangível; não pode ser armazenado ou reproduzido, não podem ser assegurados; medidas próprias adequadas a cada situação são requeridas como base; - produção, consumo e uso são feitos ao mesmo tempo e espaço; a avaliação dos resultados é feita simultaneamente, estando muito exposta aos clientes, e sem possibilidade de checar os resultados previamente, corrigindo falhas eventuais; o serviço é altamente dependente do pessoal. Com isso, cultura, habilidades técnicas, aptidões, conhecimentos, disposição, humor e até o nível educacional dos prestadores de serviços podem afetar a qualidade do serviço. Esses processos são fundamentais também, para o atendimento às pessoas portadoras de necessidades especiais, que será detalhado a seguir.

5 Acessibilidade nas viagens de avião

A acessibilidade deveria garantir a todos os indivíduos a possibilidade de ir e vir de forma independente e segura. Que o digam cadeirantes e pessoas com deficiência visual que precisam se deslocar de transporte público. Ao menos no mundo da aviação, alguns direitos estão garantidos e costumam ser cumpridos.

A resolução 280/2013 da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) descreve os procedimentos que os aeroportos e companhias aéreas devem adotar para garantir os direitos dos passageiros com necessidade de assistência especial (PNAE).

Por PNAE entende-se pessoas com deficiência, mobilidade reduzida, indivíduos a partir de 60 anos, gestantes, lactantes ou com crianças de colo. O objetivo do código é que tenham a mesma experiência que os demais passageiros, usufruindo dos mesmos direitos e tendo acesso às mesmas instruções e serviços, com a devida assistência especial e prioritária – sem custos adicionais. O auxílio deve ser prestado

pela empresa contratada a partir do momento do check-in até o desembarque ou conexão, Simonetti (2021).

No processo de aquisição das passagens, as companhias aéreas devem solicitar informações dos passageiros sobre ajudas técnicas, assistências e necessidade de acompanhante.

Caso não seja informado no ato da compra, o viajante deve entrar em contato com a companhia com antecedência mínima de 72 horas do voo, caso precise de acompanhante, ou 48 horas para outros tipos de assistência.

Se por acaso a companhia não tiver sido informada, isso não deve inviabilizar o transporte do passageiro, caso ele concorde em ser deslocado com os recursos disponíveis.

O passageiro deve apresentar-se no balcão de check-in com a mesma antecedência dos demais passageiros e, ao se identificar, já deverá ser assistido pela companhia contratada. O viajante deve receber atendimento preferencial para realizar o check-in e despachar a bagagem e, a partir desse momento ser acompanhado até o embarque da aeronave.

O embarque dos passageiros com necessidades especiais deve ser prioritário e acompanhado de profissionais da companhia aérea.

As empresas podem solicitar prioridade para posicionar as aeronaves em pontos favoráveis caso estejam transportando viajantes que dependam de maca ou cadeiras de rodas. Preferencialmente o embarque deve ser realizado pelas pontes (*fingers*⁴),. Caso os *fingers* não estejam disponíveis, rampas, *ambulifts*⁵, desde que garantam a segurança e dignidade dos passageiros.

De acordo com a ANAC, é dever da administração do aeroporto disponibilizar esses equipamentos. As companhias aéreas podem adquirir seus próprios dispositivos, se quiserem.

Além disso, o código 280 expressamente proíbe que os passageiros sejam carregados manualmente no embarque e desembarque. Segundo o regulamento, a proibição pretende conservar a dignidade dos que viajam, Simonetti (2021).

Durante a viagem, como previsto pela ANAC, pessoas com necessidades especiais devem receber as mesmas instruções de segurança que os demais passageiros. Para deficientes visuais, as companhias Azul, Gol e Latam

⁴ que conectam diretamente a sala de embarque e a aeronave

⁵ máquina que funciona como um elevador ou uma cadeira motorizada que sobe e desce escadas.

disponibilizam folhetos de segurança em braile. Para deficientes auditivos, a Azul e a Gol informaram que seus tripulantes são treinados em Libras.

Os passageiros em cadeira de rodas precisam ser acomodados em assentos especiais, com braços removíveis e próximos ao corredor, às portas principais e dos banheiros. A Azul, Gol e Latam dispõem de cadeiras de rodas especiais para locomoção dos viajantes dentro do avião para que possam ir ao banheiro e no momento do desembarque. Os banheiros da Azul também são adaptados com barras de apoio.

Pessoas que estiverem viajando com equipamentos como cadeiras de rodas, muletas, andadores e afins, podem despachar uma das peças gratuitamente. Dependendo de suas dimensões, eles podem ser levados no bagageiro ou no porão da aeronave – eles devem ser classificados como frágeis e prioritários. Cadeiras de rodas dobráveis, por exemplo, podem ser levadas como bagagem de mão desde que, se possuírem baterias de lítio, estiverem embaladas. Os itens precisam ser devolvidos no momento do desembarque e, em casos de extravio ou danos, a empresa precisa providenciar um item equivalente até que o problema seja resolvido.

O passageiro precisará de acompanhamento nos seguintes casos: quando estiver viajando de maca ou incubadora, quando houver impedimento de natureza mental ou intelectual que o impeça de compreender as instruções de segurança do voo ou quando não puder atender às suas necessidades fisiológicas sem assistência.

Nestas situações, as companhias aéreas deverão prover um acompanhante gratuitamente ou dar um desconto de, no mínimo, 80% do preço do bilhete do passageiro para que ele seja acompanhado por alguém de sua escolha.

É necessário que o acompanhante seja maior de 18 anos, com capacidade de prestar auxílio e deve viajar ao lado do passageiro.

O cliente que precise de cão-guia pode levá-lo gratuitamente na cabine do avião, desde que apresente sua identificação como cão-guia e comprove seu treinamento. O animal deve estar equipado de coleira e acomodado no chão, aos pés ou embaixo do assento do passageiro, de modo que não obstrua o corredor. É preciso apresentar o atestado de saúde e o comprovante de vacinação antirrábica assinados por um médico veterinário.

Durante meu trabalho nas companhias aéreas tínhamos treinamentos frequentes sobre atendimento a passageiros com necessidades especiais, desde a forma de deslocamento, locomoção e na forma de tratamento, não era admitido nem

um tipo de preconceito ou discriminação. Foi bastante enriquecedor esta experiência pois agregou muito minha forma de agir e na tratativa em geral e em muitas situações do dia a dia.

6 Tecnologias aplicadas no setor aéreo

Tecnologias inovadoras que vêm sendo introduzidas no setor aéreo e no turismo, entre a variedade de tecnologias inovadoras que estão sendo introduzidas no mercado atualmente, estão as que fazem uso de tecnologia cognitiva e inteligência artificial (IA).

Essa tecnologia é capaz de aprender com os agentes humanos da empresa e armazenar em seu banco de dados a maneira ideal de atender os clientes, compreender a intenção da interação e a avaliar se o consumidor é valioso e leal à companhia, por exemplo.

Uma grande inovação no transporte aéreo, que surgiu e tomou conta silenciosamente, foi a informatização de todos os processos de check-in, despacho, emissão de passagens etc. É difícil imaginar fazer a compra de uma passagem sem utilizar um celular ou computador. Tudo pode ser feito de maneira prática e rápida em segundos, já que a grande maioria dos sistemas das cias aéreas e aeroportos trabalham interligados.

É impossível ainda aceitar que precisamos desligar nosso celular e ficar off-line durante uma viagem, por isso, as companhias aéreas investem cada vez mais em sistemas de entretenimento modernos, que permitem que o passageiro assista filmes, séries, ouça músicas, acompanhe o trajeto do voo entre outros.

Outro exemplo são os *chatbots*⁶, uma inteligência artificial que simula a conversa humana através de um chat ou uma interface de diálogo para realizar atendimento ao consumidor. Existem dois tipos: o simples, geralmente utilizado em redes sociais, não tem habilidade de entender as mensagens e manter uma conversa com os clientes, pois seu escopo é limitado, portanto não compreende o contexto e intenção da interação; e o tipo inteligente, que é projetado para suprir a demanda de

⁶ Bate-papo, no caso, bate-papo virtual

interação de forma rápida e precisa e, caso não consiga dar prosseguimento, encaminha o caso com o histórico para um atendente, agilizando o serviço. Essa ferramenta melhora a qualidade do serviço prestado e reduz os custos operacionais, o tempo de espera e, conseqüentemente, a frustração dos consumidores em relação ao atendimento.

7 Hospitalidade na prática

7.1 Durante o check-in

O *check-in* é a primeira coisa a ser feita ao chegar no aeroporto, consiste em se apresentar no balcão da companhia aérea despachar e identificar a bagagem e retirar o seu cartão de embarque necessário para embarcar no avião.

O atendimento é realizado pelo agente de aeroporto, profissional que atua nas companhias aéreas nacionais ou internacionais, pode-se dizer que se trata do cartão de visitas da empresa, uma vez que é através dele o primeiro contato do cliente com a mesma. A área de atuação deste profissional abrange vários setores das atividades aeroportuárias. Dentro dos aeroportos e das companhias aéreas o serviço que o Agente de Aeroporto desenvolve é principalmente de atendimento ao público, sempre haverá interação com o outro, seja no *Check-in*, Embarque e Desembarque de passageiros, Serviços de atendimento especial, reservas, buscas de bagagens extraviadas, informações e vendas de passagens aéreas, etc. por isso a cordialidade, o respeito e a educação são de suma importância ao lidar com o próximo, uma vez que é por meio do Agente de Aeroporto que o cliente identificará o tipo de serviço que a empresa oferece.

As primeiras impressões são as que perduram: Uma fisionomia agradável e um sorriso dispõem o cliente agradavelmente e representam o primeiro passo no atendimento. Mas isso não basta. É fundamental que somadas às cordialidades do atendimento esteja o cuidado com sua aparência pessoal e com cada detalhe do uniforme, aliado à sua habilidade técnica e características pessoais encantem o passageiro. Toda equipe bem estruturada segue os preceitos do trabalho em conjunto, e na aviação esse esforço conjunto é imprescindível para o sucesso das operações.

Conforme mencionado acima, é possível realizar o check-in online, o que poupa tempo do viajante com filas. Nos aeroportos são disponibilizadas máquinas (totens) que permitem o auto check-in. O viajante deve informar os dados necessários e pegar o cartão de embarque, que é impresso pela máquina, em alguns aeroportos há o serviço de *bag-drop*⁷ (conforme figura 1), no qual os passageiros podem fazer o procedimento de check-in, despacho das bagagens e impressão do bilhete de embarque autonomamente.

O visor acoplado no sistema exibe um vídeo de instruções de cada etapa do procedimento, que consiste em pesar a mala, identificação das informações, reserva do passageiro, impressão da etiqueta e, por fim, etiquetar o item para despachá-lo. Ele também é equipado com uma câmera que permite fazer o reconhecimento da biometria facial do passageiro (conforme figura 2). Caso a biometria já tenha sido cadastrada no check-in antecipado pelo app, os dados da reserva da viagem são reconhecidos, agilizando o processo, posto que o passageiro não precisará incluir as informações. As companhias dispõem de um agente de aeroporto para auxílio a qualquer dúvida.

Durante minha experiência, era comum muitos clientes não saberem quanto ao horário de chegada para apresentação ou até mesmo acharem muita burocracia no processo para embarque. Era constante muitos passageiros chegarem fora do horário e perderem o voo, o que causava grande desgaste tanto por parte dos clientes quanto para os colaboradores. Era necessário muita paciência e treinamento para lidar com essas situações e os clientes saírem os mais satisfeitos possíveis e bem atendidos mesmo que houvesse uma reprogramação de sua viagem. Atualmente, as empresas já colocam mais destaque nos sites quanto ao horário do *check-in* e algumas até já automatizaram o mesmo após a compra da passagem conforme apresentado nas Figuras 1e 2.

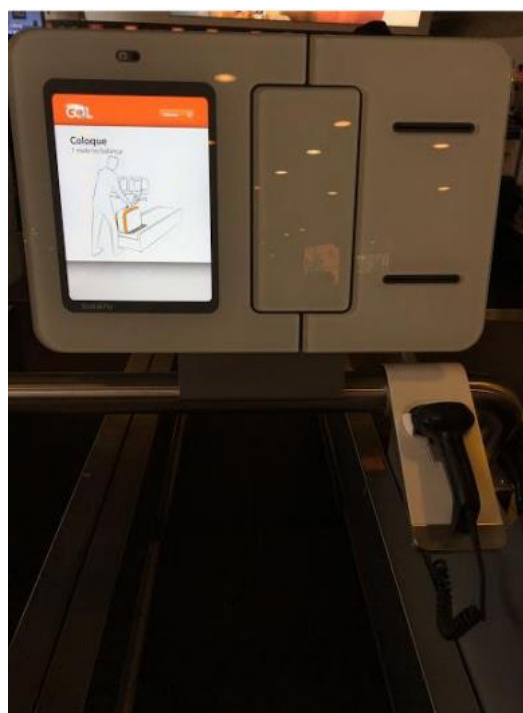
⁷ despacho de mala

Figura 1: Balcões de bag-drop da companhia aérea Avianca



Fonte: Pesquisa bag-drop google, 2022

Figura 2: visor do sistema de *self bag-drop* da companhia aérea Gol.



Fonte: Pesquisa bag-drop google, 2022

7.2 Hospitalidade durante o embarque, voo e desembarque

Com o *check-in* e a inspeção de segurança realizados, é hora do embarque. Feita a chamada pelo agente de aeroporto, o cliente se dirige ao respectivo portão de embarque portando o documento de identificação e o cartão de embarque. Alguns passageiros têm prioridade nesse processo.

Em primeiro lugar, vêm idosos gestantes, lactantes, pessoas com crianças de colo, com mobilidade reduzida. Ou qualquer pessoa que, por alguma condição específica, tenha limitação na sua autonomia como passageiro.

Depois, a prioridade no embarque é para pessoas com cartão especial de passageiro frequente. Isto é, associado a programas de fidelidade. E, finalmente, os demais passageiros, que, às vezes, são divididos em grupos de acordo com a posição de seus assentos, para organizar o embarque.

As informações são repassadas através dos áudios dentro da sala de embarque, como chamada do voo e a ordem de entrada na aeronave os assentos são marcados, é necessário organização nesse momento para que não haja tumulto.

Uma vez no avião, os clientes acomodam suas bagagens de mão no compartimento logo acima de sua poltrona, sendo auxiliados pelos comissários de bordo. Vale ressaltar que os tripulantes podem reacomodar passageiros em poltronas diferentes daquelas marcadas na passagem. O que acontece por motivos como balanceamento da aeronave ou acomodação de passageiros com necessidades especiais.

A função de um comissário realizada a bordo do avião vai muito além de servir uma refeição ou guardar as bagagens. Esses profissionais são responsáveis, principalmente, pela segurança do voo, e por conta disso recebem treinamento adequado para manuseio correto de equipamentos de emergência e procedimentos de primeiros socorros que devem seguir caso haja alguma situação inesperada durante o voo. Os serviços podem ser melhorados com o uso da tecnologia, Funcia (2010, p.41) defende que “a inovação tecnológica dos serviços de hospitalidade serve ao propósito de encontrar melhores formas de prestar estes serviços, sob diferentes aspectos” (p. 41). Para Edra (2005) o investimento em serviços é fundamental para a marca de uma companhia aérea.

Apesar de o transporte aéreo ser considerado o modal mais seguro, quando uma companhia inicia suas operações há certa desconfiança dos clientes em relação aos seus serviços. Para superar isso, o investimento da empresa em promoção e divulgação de serviços deve ser efetuado de forma agressiva. É necessário tecnologia de ponta em todas as etapas da prestação de serviços, cumprimento dos mais elevados níveis de segurança e mão de obra qualificada para ser bem-vista pelo cliente. É um trabalho de valorização da marca. (ESDRA, 2005, p.51).

O acolher no interior da aeronave, gesto de hospitalidade, entra em conflito com o controlar e o organizar, ação de não hospitalidade, necessária a manutenção da segurança do voo. Neste ambiente estão em contato direto o acolhimento e o controle; a organização, produto da disciplina e a possibilidade da punição. Todos estes elementos parecem ter como meta a dimensão comercial da hospitalidade, ou seja, assegurar o lucro existente, nos processos passíveis de serem mensuráveis e quantificados. Aquelas pessoas que já tiveram a oportunidade de voar, provavelmente, perceberam o quanto a disciplina está presente a bordo. Ela é exigida de todos, desde os tripulantes (anfitriões) até aos passageiros (hóspedes). Para isto, os tripulantes são doutrinados a seguir uma série de normas que estão determinadas em vários documentos ou manuais.

Os comissários como anfitriões devem proteção aos passageiros, segundo Pitt-Rivers (2012), o anfitrião deve proteger o hóspede, e se houver mais de um hóspede deverá protegê-los uns dos outros. Essa questão de proteção de cuidar da segurança está diretamente ligada a função das tripulações de cabine, pois além de alimentar, acolher, entreter e hospedar cabe ao comissário proteger o hóspede, seja por razões técnicas e/ou proteger os hóspedes deles mesmos, como no caso atentar-se as relações que surgem entre passageiros em um ambiente diferenciado, no qual as pessoas ficam mais expostas a irritabilidade, agressividade, pânico, entre outros. Segundo Milon, 2011 tratar a questão da hospitalidade dos não lugares, destaca-se que os meios de transporte obrigatoriamente possuem seus protocolos de segurança, que tem como função prevenir que o confinamento estimule a agressão entre as pessoas. Ao hóspede/cliente fica reservado o seu direito de passagem, limitado ao tempo de duração ou origem e destino de sua viagem. Para os meios de transporte o “transportar”, é seu objetivo. Segundo Camargo, 2015 o anfitrião honrará o hospede com o que tem de melhor, organizará o espaço destinado ao encontro, porém vigiando o hóspede. Segundo ele, “hospitalidade pode ser definida como o ato humano,

exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”. (CAMARGO, 2004, p.52).

Em relação ao entreter, o autor esclarece ainda que, os dicionários restringem a noção de hospitalidade ao leito e ao alimento, ou ainda ao óbvio que ao receber pessoas, significa entretê-las de alguma forma e por algum tempo, proporcionar-lhes momentos agradáveis e marcantes do momento vivido: as festas familiares, os equipamentos urbanos de lazer e os jogos virtuais são modelos de prática cultura de hospitalidade. Nesta pesquisa, entende-se o “residente” como sendo o passageiro do transporte aéreo que está “temporariamente deslocado de seu habitat natural” e que demandará, a partir do momento que colocar os pés a bordo da aeronave, a prestação dos serviços de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento. Investigar a opinião de autores consagrados a respeito do fato de um meio de transporte poder ser considerado um lugar de hospitalidade, torna-se um fato de competitividade do setor de serviços.

A tripulação de voo é responsável por cuidar da questão da segurança no momento de desembarque, juntamente com os agentes de aeroporto assim que a aeronave chega ao solo.

Cabe a tripulação zelar pelo hóspede, que é um estranho e pode colocar em risco a segurança do voo, embora tratado como hóspede é também vigiado. Segundo Camargo, 2015, o anfitrião honrará o hóspede como o que tem de melhor, organizará o espaço destinado ao encontro, porém o vigiando.

Ao finalizar uma viagem, com a falta de acesso as tecnologias de comunicação, devido a segurança no momento do pouso, o fato de não escolher a hora de levantar-se do assento, assim como a liberdade tolhida de desembarcar, são fatores que podem exemplificar o controle do espaço.

Durante o desembarque dos passageiros, os comissários devem: assegurar que os passageiros não fumem, identificar passageiros especiais, tomando as devidas providências; atentar-se à bagagem de mão e a passageiros suspeitos.

Entre o momento que a aeronave toca o solo e a hora que os passageiros realmente podem sair, muita coisa acontece. As portas só se abrem depois que uma série de requisitos são cumpridos.

Em ambas as companhias que trabalhei e também como cliente percebi que muitos passageiros não respeitam esse processo. Através da experiência que vamos

adquirindo com o tempo e através de treinamentos constantes, os tripulantes precisam ser corteses e ao mesmo tempo autoritários para manter a segurança e a ordem dentro da aeronave. Já presenciei muitos passageiros trocar de lugar durante o voo para ficar mais próximo da saída, mesmo com seu assento marcado, empurrar clientes, até mesmo idosos ou não ter a própria hospitalidade e educação de aguardar crianças ou até portadores de necessidades especiais de desembarcarem prioritariamente. Se torna um trabalho cansativo e exaustivo é necessário muito autocontrole e técnica para conduzir esse processo.

Já no portão do desembarque, o trabalho passa para a equipe do aeroporto. Nessa etapa, eles são responsáveis por acoplar a escada ou a ponte móvel à porta do avião. Nesse processo, dificuldades de instalação ou falhas mecânicas podem acontecer e atrasar o processo. Por isso, é fundamental treinamento e habilidades para tratativas e estabelecer o mínimo de desgaste ao passageiro nesse processo.

Após o desembarque, no ato de identificação as bagagens, ocorria com frequência itens danificados ou extraviados, isso gerava muitos transtornos e reclamações por parte dos clientes. Acredito que, como colaboradora, o principal motivo da má prestação de serviço seria da terceirização de empresas para esse processo, já que não era a companhia aérea a responsável. Isso faz com que todo o trabalho de excelência prestado desde o início da viagem seja facilmente denegrido. Acredito que as companhias aéreas devam estar a frente de todos os processos, e que possam aplicar o devido treinamento a todos estes setores de forma específica, a fim de trazer a melhor experiência ao viajante.

Em ambas as companhias em que trabalhei, o treinamento era algo bastante frequente, tínhamos reciclagem e durante os cursos eram utilizadas diversas situações corriqueiras em que deveríamos corrigir o erro e aplicações de hospitalidade estava frequente, pois o atendimento ao público, a receptividade estava presente na maioria das áreas da empresa e deveríamos prestar um atendimento de excelência sem diferenciação de perfil de cliente.

8 Percepção dos clientes quanto a prestação dos serviços

Um levantamento feito com base em dados do site Reclame Aqui, relatou a percepção dos passageiros quanto aos serviços prestados e as reclamações mais

frequentes entre janeiro e maio deste ano. Houve 53.096 registros de reclamações, a maioria relacionados a cancelamentos. Em 2019, foram 53.049 casos.

Em 2022, as reclamações contra as companhias aéreas registradas entre janeiro e maio deste ano já superaram os números de 2019, antes da pandemia.

O índice feito a partir de dados do *site* Reclame Aqui mostra a piora do serviço em números no decorrer dos últimos anos (conforme figura 3):

- 2019 – 53.049 reclamações;
- 2020 – 81.533 reclamações;
- 2021 – 115.305 reclamações;
- Entre janeiro e maio de 2022 – 53.096.

De janeiro a maio deste ano, foram feitas, por dia, 353 reclamações contra as companhias aéreas.

A principais queixas são as seguintes:

- 45% – Cancelamentos;
- 38,5% – Problemas de atendimentos;
- 6% – Dificuldades para pagamentos;
- 3,7% – Dificuldades para reembolsos;
- 1,9% – Problemas com milhas;
- 4% – Outros.

Segundo o site, a explosão de reclamações contra as companhias aéreas está relacionada às demissões das empresas aéreas para conter custos que coincidiu com a mudança temporária de regras de cancelamento e reembolso em função da pandemia. Seguem alguns relatos de clientes ao *site* sobre a prestação de serviços.

"Nossa conexão não esperou e foi embora, deixando uma quantidade considerável de passageiros sem conseguir chegar em casa, no destino final. É caro e não estão prestando um serviço decente, infelizmente", reclamou o militar *Cristiano Marçal*⁸– ele foi obrigado a passar a noite em Brasília.

"Não nos avisaram e não prestaram assistência. A gente que foi buscar informação", descreveu o administrador *Joaquim Neto*⁹. Ele teve que encarar demora no check-in e atraso no voo.

⁸ Informação pública disponibilizada no site G1 descrito nas referências

⁹ Informação pública disponibilizada no site G1 descrito nas referências

"É sempre mais vantajoso investir tempo e paciência na tentativa de contato com as companhias aéreas, seja pelos canais de atendimento, seja pelas outras plataformas de reclamação. Isso é muito importante porque, se a empresa não resolver espontaneamente o problema, o consumidor deve ter o comprovante dessa tentativa para buscar a via judicial, que tem sido a grande solução para grande parte dos consumidores", orientou o diretor de Relações Institucionais do Instituto de Defesa do Consumidor, *Igor Britto*¹⁰.

A Latam Airlines diz que reduziu em quase 30% o seu quadro total de funcionários, mas não acredita que a redução seja causa do aumento de reclamações. A empresa diz que boa parte dos cortes foi feito no operacional de voos, não nos setores de atendimento. Segundo *Rafael Walker*¹¹, diretor de relacionamento com o cliente do Grupo Latam, a questão central foi a mudança de "natureza do serviço", que se tornou mais complexa.

A empresa destaca a dificuldade do setor aéreo em planejar a operação e prever as interrupções e imprevistos, além do surgimento de mais dúvidas dos passageiros sobre documentação, protocolos contra a Covid, e restrições para ida e volta de viagem. A Latam procurou ser proativa em gerar informação para o cliente e antecipando processos. Exemplos são a implementação do check-in automático e validação antecipada da documentação necessária para voos internacionais.

A Gol Linhas Aéreas diz, que reduziu seu quadro de pouco mais de 16 mil funcionários para quase 14 mil durante a pandemia, mas que segue disponibilizando atendimento telefônico (SAC), canais digitais e presencial em lojas. A empresa diz que todas as informações sobre cancelamentos ou mudanças referentes aos voos são passadas aos clientes através dos contatos cadastrados (SMS ou e-mail), já com orientações sobre reembolso ou remarcação.

A Azul Linhas Aéreas também diz em nota que registrou "o menor número de reclamações para cada 100 mil passageiros transportados durante o 4º trimestre do ano passado", segundo a plataforma consumidor.gov.br, e que "investe fortemente" na excelência no atendimento aos clientes. Isso demonstra credibilidade, pois a Azul foi eleita em 2020, a melhor companhia aérea do mundo, pelo *Tripadvisor Travelers' Choice Award 2020*, premiação da Tripadvisor, maior plataforma de viagens do mundo. Primeira vez que uma companhia aérea de bandeira nacional conquista essa posição. Desde 2018, a Azul vem figurando entre as top dez companhias do mundo e alcançou esse título

¹⁰ Informação pública disponibilizada no site G1 descrito nas referências

¹¹ Informação pública disponibilizada no site G1 descrito nas referências

memorável. Além do atendimento, o serviço de bordo é muito comentado e bem avaliado pelos clientes, se destacando nos voos domésticos e internacionais.

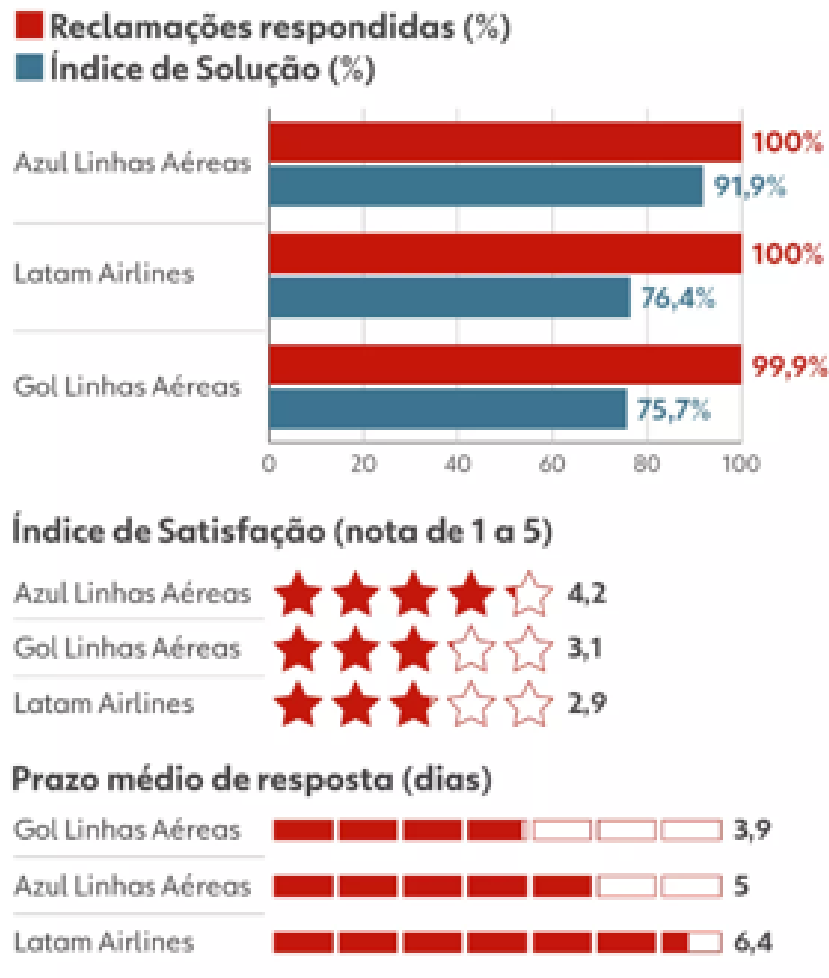
Das principais companhias aéreas, a Azul tem a melhor nota. São 100% de reclamações respondidas e mais de 91,9% do índice de solução. A Latam também respondeu a todas as notificações no último ano, com taxa de solução de 76,4%. A Gol registra 99,9% de respostas e 75,7% de solução (conforme Figuras 3 e 4).

Figura 3: Gráfico de índices de reclamações nos últimos anos.



Fonte: Site G1, 2022.

Figura 4: Comparativo de reclamações por companhia aérea.



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil, 2022.

Acredito que os altos índices de reclamações aconteceram quando a pandemia trouxe novidades e incertezas. A questão é que faltou informação sobre cancelamentos e reembolsos. E quando havia essa informação, a comunicação das companhias muitas vezes falhava. Apesar dessas pesquisas serem recentes, isso acontecia com frequência quando atuava na área, os canais de atendimento não tinham informações precisas e de fácil localização sobre imprevistos na viagem ou até mesmo documentação necessária para viagem, onde geravam grande insatisfação por parte dos clientes, algo que poderia ser evitado apenas com informações claras e de fácil compreensão, ou um atendimento mais rápido e objetivo nos canais telefônicos e chats¹². Como o próprio nome diz, o cliente é “passageiro” então, todo o

¹² Atendimento virtual

processo do início ao fim deve ser rápido e satisfatório que atenda a suas expectativas não apenas na hospitalidade, mas também na segurança como fator principal.

9 Emirates lança nova estratégia de hospitalidade

A Emirates, conhecida por seus produtos e serviços premiados, está lançando uma nova estratégia de hospitalidade que elevará o patamar da experiência do cliente que suas equipes oferecem em terra e no ar. O programa será uma das maiores iniciativas de pessoas, processos e produtos já implementadas na companhia aérea, que envolve todas as equipes da linha de frente de atendimento ao cliente e os departamentos de suporte.

Com o suporte especializado da Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL), classificada entre as melhores escolas de gestão de hospitalidade do mundo, a Emirates está criando seu programa de hospitalidade de próxima geração com base em princípios personalizados que refletem seu DNA exclusivo. Na sua base estão os princípios de simplicidade, excelência, inovação e, o mais importante, paixão.

O programa visa gerar consistência em todos os pontos de contato e fornecer uma estrutura que para as equipes ofereçam momentos exclusivos que geram emoções e criam memórias e sentimentos positivos nos clientes da Emirates.

A Emirates já incorporou elementos de seus novos princípios de hospitalidade em seu novo serviço *Premium Economy*¹³, que será lançado em breve. A tripulação de cabine está aprendendo a fornecer a mais recente experiência a bordo da Emirates, desde a apresentação de pratos e bebidas de boas-vindas, até comodidades de cortesia e outros pequenos detalhes.

No início de maio, a companhia aérea anunciou que vai disponibilizar a sua experiência *Premium Economy* de serviço completo a partir de junho para voos em rotas selecionadas a partir de **1 de agosto de 2022**.

Comprometidos com a ideia de investir em seu pessoal, o primeiro grupo de facilitadores da Emirates já obteve sua Certificação de Facilitador de Aprendizado Qualificado EHL após concluir um programa intensivo de duas semanas entre Dubai e o campus principal da EHL em Lausanne no início deste ano. Eles farão parte da

¹³ Cabine intermediária

equipe principal envolvida na implementação das iniciativas de experiência de aprendizado de hospitalidade da companhia aérea a partir de junho.

A companhia aérea está criando um Centro de Excelência em Hospitalidade da Emirates para coordenar a implementação do programa entre as diversas equipes da Emirates envolvidas na entrega de experiências aos clientes — incluindo tripulação de cabine, funcionários de serviços aeroportuários, equipes do centro de atendimento, serviço de buffet (*catering*¹⁴), produtos de bordo, treinamento, recrutamento, vendas e marketing e outras.

Conclusão

Conclui-se que, a relação que o transporte aéreo e a hospitalidade têm é indiscutivelmente relevante, principalmente em questões de atendimento, acessibilidade, destinos turísticos e todos os processos envolvidos nesse deslocamento devem estar alinhados e engajados para o melhor acolhimento ao viajante. Com o passar dos anos os transportes deixaram de servir apenas para mobilidade e tornaram-se uma ferramenta essencial para a logística do dia a dia, sendo importantes para construção da experiência turística de um viajante e sua percepção na qualidade dos serviços aéreos. Através da tecnologia dos transportes houve melhorias com relação ao conforto e segurança dos passageiros, além da criação de serviços complementares que permitem um atendimento personalizado ao cliente.

Com relação aos serviços de transportes aéreos, fica evidente que a maneira como são prestados, sendo eles tangíveis ou não, influencia na satisfação ou insatisfação dos consumidores, que por sua vez, podem compartilhar sua experiência em websites e rede sociais, identificando a importância dos elementos de hospitalidade e sua contribuição para a aviação comercial como todo.

Foi possível identificar que os resultados gerados pelos elementos de hospitalidade interferem na imagem da empresa e consequentemente na tomada de decisão dos passageiros aéreos, através das pesquisas de atendimento apresentadas nos últimos anos e como essas experiências afetam diretamente na decisão de outros consumidores, relatados alguns exemplos de opiniões de clientes ao final do estudo.

¹⁴ Refeições

Para finalizar, foi apresentado uma citação recente sobre nova estratégia de hospitalidade com uma das melhores companhias aéreas da atualidade, provando que o investimento sobre ser hospitaleiro sempre estará à frente mesmo com tantas tecnologias a fim de intensificar a experiência dos passageiros e melhorar a competitividade das empresas no mercado aéreo.

Referências bibliográficas

AZUL, REDAÇÃO. **Azul é eleita a Melhor Companhia Aérea do Mundo pelo TripAdvisor**. Disponível em: <https://revistaazul.voeazul.com.br/universo-azul/azul-e-eleita-a-melhor-companhia-aerea-do-mundo-pelo-tripadvisor/>. Acesso em: 13 ago. 2022.

AVENA, B. M. **Acolhimento de qualidade**: Fator diferenciador para o incremento do Turismo. São Paulo: Revista Turismo e Análise, v. 12, n. 1, pp. 20-29. Fev. 2001. Disponível em: . Acesso em: 19 ago. 2019.

BANDEIRA, Michelle Carvalho Galvão da Silva Pinto. **Análise do Nível de Serviço em Terminais de Passageiros Aeroportuários**. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Instituto Tecnológico de Aeronáutica, São José dos Campos, 2008.

BIELSCHOWSKY, P.; CUSTÓDIO, M. C. **A evolução do setor de transporte aéreo brasileiro**. Revista Eletrônica Novo Enfoque, v. 13, n. 13, 2011.

BIEGER, T.; WITTMER, A. **“Air transport and tourism - perspectives and challenges for destinations, airlines and governments”**. *Journal of Air Transport Management*, v. 12, pp. 40-46, Jan. 2006. Disponível em: . DOI:10.1016/j.jairtraman.2005.09.007. Acesso em: 07 ago. 2016.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **A pesquisa em hospitalidade**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. Anais. Santos: s. ed., 2007. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004. - (Coleção ABC do Turismo).

CASTRO, RAFAEL. Hospitalidade MODERNA: Emirates lança nova estratégia de hospitalidade. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo>. Acesso em: 11 ago. 2022.

CASTRO, R. T., 2010, **A hospitalidade nos aeroportos: um estudo de caso do Aeroporto Internacional Galeão**. Trabalho de Conclusão de Curso, Centro Universitário Positivo, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: a inovação na gestão nas organizações prestadoras de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010. 250 p.. Resenha de Ana

Carolina Barbosa Angeli. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VII, n. 2, p. 143-145, jul.-dez. 2010

DALPIAZ, R. C. C.; et al. **A hospitalidade no turismo: o bem receber**. Caxias do Sul, 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila

GUERRIER, Yvonne; ADIB, Amel. **O trabalho na indústria da hospitalidade**. In: Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

KAPERAVICZUS, A. F. **A Evolução da hospitalidade na aviação: do voo do “JAHÚ” aos tempos atuais de competição entre empresas tradicionais e “low-cost”**. 2015. Dissertação de mestrado – Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2015.

LOHMANN, G.; CASTRO, R. **Transportes e desenvolvimento de destinos turísticos**.

LOHMANN, G.; FRAGA, C.; CASTRO R. **Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão**, Rio de Janeiro, Elsevier/Campus, p. 1-29, 2013.

Martin, C. (1999). **The history, evolution and principles of services marketing: poised for the new millennium** - Marketing Intelligence & Planning 17/7, p. 324-328.

MARTINS, RAPHAEL. **Companhias aéreas registram mais reclamações em cinco meses que no último ano pré-pandemia**: Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/07/10/companhias-aereas-registram-mais-reclamacoes-em-cinco-meses-que-no-ultimo-ano-pre-pandemia.ghtml> __Acesso em: 2 ago. 2022.

MILON, Alain. Metrô: uma Trans-hospitalidade. In: MONTANDON, Alain (dir.). **O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: SENAC, 2001.

MINISTERIO DA INFRAESTUTURA (Brasil). Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). **Anuário do Transporte Aéreo: Mercado de Transporte Aéreo**, [s. l.], 12 ago. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo>. Acesso em: 11 ago. 2022.

PALHARES, G. L. **Transporte aéreo e turismo**. 1 ed. São Paulo, Aleph, 2001.

PALHARES, G. L. **Transportes turísticos**. 2 ed. São Paulo, Aleph, 2002.

SIMONETTI , GIOVANNA. **Como é a acessibilidade nas viagens de avião.**
Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/manual-do-viajante/como-e-a-acessibilidade-nas-viagens-de-aviao/> . Acesso em 02 ago.2022.