

Título: Satisfação de clientes com os serviços das companhias aéreas nacionais

Autor(es) Andréia Cássia de Moura*; Amanda Helena do Vale; Juliana França Martins

E-mail para contato: andreia.moura@estacio.br

IES: FESBH

Palavra(s) Chave(s): Satisfação de Clientes; Comportamento do Consumidor; Companhia Aérea; Serviços

RESUMO

Esse estudo foi uma iniciativa de aplicar no segmento de transporte aéreo o modelo de satisfação de Oliver. A relevância do tema encontra-se na abordagem de um setor de grande importância para a economia brasileira, haja vista seu crescimento nos últimos anos. Acrescenta-se a isso o fato desse segmento ganhar ainda respaldo maior devido aos grandes eventos que serão acobertados no país, copa de 2014 e Olimpíadas de 2016. Este trabalho teve como objetivo geral a mensuração da satisfação do cliente das companhias aéreas nacionais utilizando-se o modelo proposto por Oliver. Os objetivos específicos foram (i) verificar o grau de satisfação dos clientes com as companhias aéreas; (ii) calcular os índices de Satisfação para cada companhia e compará-los. A pesquisa é de caráter quantitativo e conclusiva descritiva. O questionário apresentou escala do tipo Likert contendo 5 (cinco) pontos, com base na escala de Satisfação de Oliver. O instrumento de pesquisa constou de 13 questões referentes aos itens que medem satisfação e 4 referente ao perfil do respondente. Dos 200 questionários aplicados aos estudantes universitários no período de outubro de 2012, retornaram para análise 119. Como resultado obteve-se os índices de satisfação por empresa aérea: 3,69 para a companhia Tam; 3,45 para a Gol; 3,72 para a Azul; 3,92 para a Trip e 2,96 para a Webjet. Dos respondentes, 35% são clientes da Tam; 34% são clientes da Gol; 14% da Azul; 11% da Webjet e 5% da Trip. O perfil predominante da amostra foi de utilização dos serviços aéreos para turismo, o sexo predominante foi o masculino e a faixa etária de 21 a 30 anos recebeu a maioria dos apontamentos. Os achados revelam um grau médio de satisfação do consumidor quanto aos serviços das companhias aéreas. Em outras palavras, a análise dos índices possibilita dizer que os resultados alcançados em relação às companhias aéreas brasileiras, apresentam índices de satisfação ainda aquém do seu potencial, havendo oportunidades de melhoria no que diz respeito à percepção dos usuários. Como recomendações gerenciais, as companhias aéreas devem rever suas estratégias para provocar o encantamento do cliente e assim atingirem indicadores melhores na visão do cliente e assim obterem vantagem competitiva.