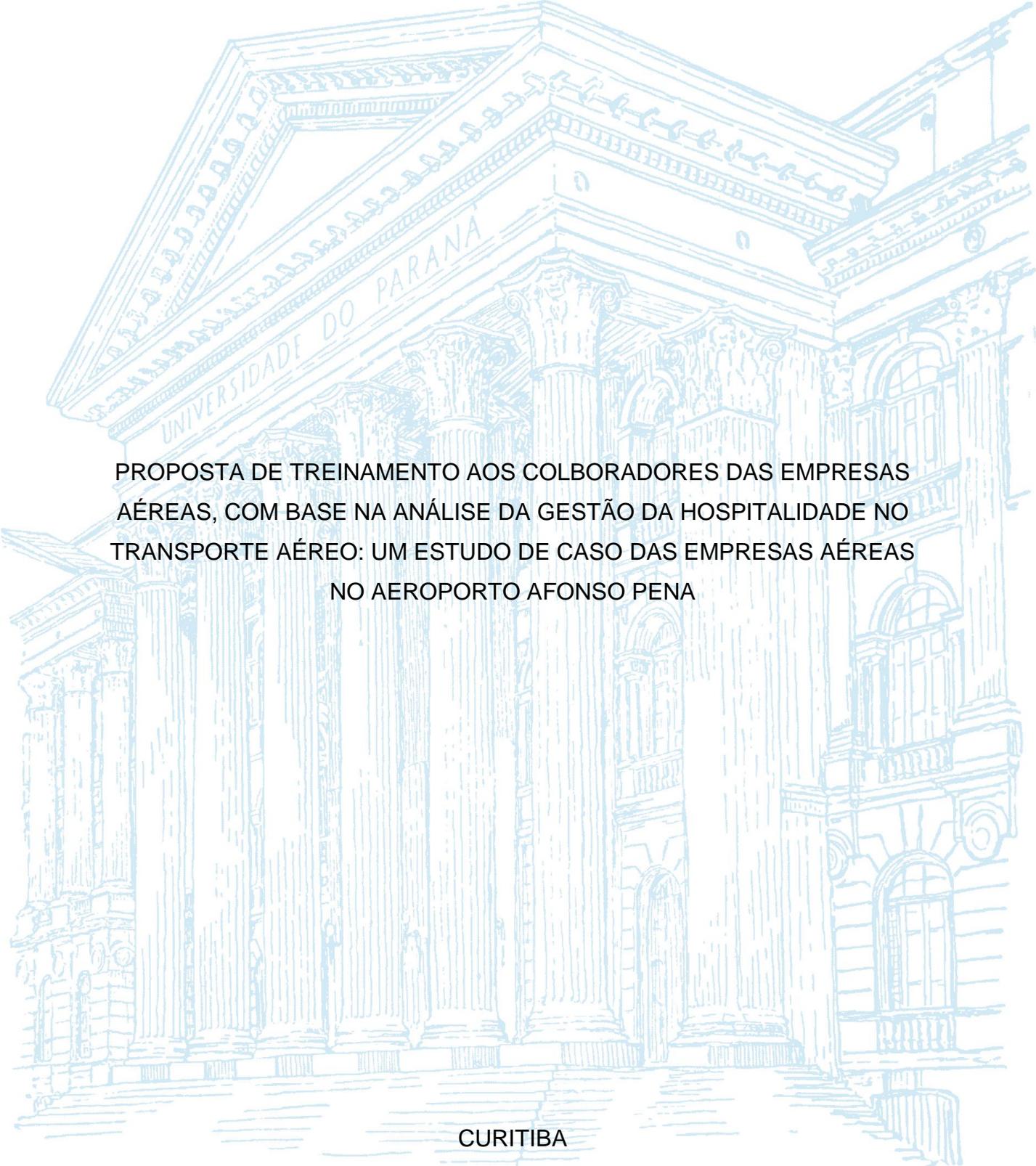


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GABRIELA FERNANDA CORDEIRO DE SIQUEIRA



PROPOSTA DE TREINAMENTO AOS COLBORADORES DAS EMPRESAS
AÉREAS, COM BASE NA ANÁLISE DA GESTÃO DA HOSPITALIDADE NO
TRANSPORTE AÉREO: UM ESTUDO DE CASO DAS EMPRESAS AÉREAS
NO AEROPORTO AFONSO PENA

CURITIBA

2018

GABRIELA FERNANDA CORDEIRO DE SIQUEIRA

PROPOSTA DE TREINAMENTO AOS COLBORADORES DAS EMPRESAS
AÉREAS, COM BASE NA ANÁLISE DA GESTÃO DA HOSPITALIDADE NO
TRANSPORTE AÉREO: UM ESTUDO DE CASO DAS EMPRESAS AÉREAS
NO AEROPORTO AFONSO PENA

Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, curso de graduação em Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira

CURITIBA

2018

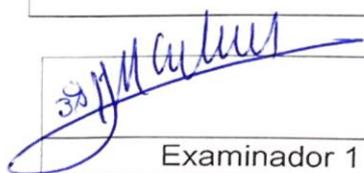
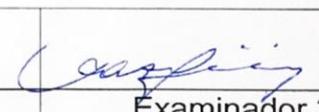
**ATA DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO
PROJETO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO EM TURISMO II**

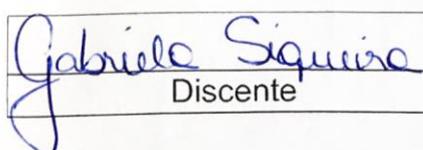
Título do Projeto	GESTÃO DA HOSPITALIDADE NO TRANSPORTE AÉREO: UM ESTUDO DE CASO DAS EMPRESAS AÉREAS NO AEROPORTO AFONSO PENA	
Discente		Data 23/11/2018
Examinador 1	HELOISA DE MIRANDA COUTINHO	
Examinador 2	MARCIA SATZUE MARUKAWA NAKATANI	
Examinador 3	CARLOS EDUARDO SILVEIRA	

NOTA	
Média Parcial*	Média Final
	8,5

* Média obtida quando a nota não atingir 70 pontos. Procedimentos disponíveis no art. 21, § 8º, § 9º e § 10 desse regulamento.

As sugestões foram expressas nas cópias anexadas pelos membros da banca.

	MARCIA S.M.N.	
Examinador 1	Examinador 2	Examinador 3

 Discente
--

AGRADECIMENTOS

A todos que estiveram próximo a mim ao longo desse ano e de alguma forma ajudaram na realização deste projeto.

A meus professores, que foram tão importantes em minha formação acadêmica e conclusão do curso, em especial meu orientador, professor Caê, pela paciência e incentivo neste último ano.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio, mesmo meu pai que não está mais presente, mas sempre me deu grande suporte para vida acadêmica.

RESUMO

O transporte aéreo passou por importantes mudanças nos últimos anos, afetando a relação entre usuários e transportadoras. Diante desse contexto, o principal problema de investigação é como as companhias aéreas trabalham a questão da hospitalidade no Aeroporto Afonso Pena e seus reflexos na demanda de usuários do terminal. O projeto dessa pesquisa tem como intuito apresentar uma proposta de treinamento aos colaboradores das companhias aéreas com estratégias que facilitem a relação entre as empresas e seus passageiros, dando ênfase na hospitalidade que rege as relações dos setores de transportes e turismo. Através de pesquisa bibliográfica, foi possível apresentar uma linha de referencial teórico envolvendo os principais autores dos assuntos sobre transporte e hospitalidade, gerando maior embasamento para a metodologia. A metodologia está baseada na realização de entrevistas, com colaboradores de empresas aéreas nacionais, a fim de atingir os objetivos da pesquisa. A utilização desta técnica respondeu afirmações dos objetivos específicos e hipóteses, sendo assim, ao final conclui-se que é necessário o treinamento sobre hospitalidade, visando melhor capacitação dos colaboradores de empresas aéreas.

Palavras-chave: Transporte Aéreo. Turismo. Hospitalidade. Aeroporto.

ABSTRACT

Air transport has had major changes in recent years, which affected the relationship between consumers and air companies. In this context, the main research problem is how airlines deal with the issue of hospitality at Afonso Pena Airport and its reflexes on the demand of terminal users. The purpose of this research project is to present a training proposal for airline employees with strategies that facilitate the relationship between companies and their passengers, giving emphasis to the hospitality that governs the relations of the sectors of transport and tourism. Through bibliographic research, it was possible to present a theoretical reference involving the main authors in transportation and hospitality, which gave more foundation to the methodology. As far as the methodology is concerned, it is based on interviews with employees of national airlines in order to achieve the research objectives. The use of this technique consolidated affirmations regarding the specific objectives and hypotheses, it is concluded that on training hospitality is necessary, aiming at better service of airlines employees.

Keywords: Air transport. Tourism. Hospitality. Airport.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - CRESCIMENTO E INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA 37

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – ENTREVISTAS COM FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS AÉREAS.....	59
QUADRO 2 - CRONOGRAMA DE APLICAÇÃO DE TREINAMENTO.....	70
QUADRO 3 - VALORES E RECURSOS PARA INVESTIMENTO	71

LISTA DE SIGLAS

ANAC	– Agência Nacional de Aviação Civil
ANVISA	– Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CONAC	– Conferência Nacional de Aviação Comercial
DAC	– Departamento de Aviação Civil
EAD	– Educação à Distância
IATA	– International Air Transport Association
ICAO	– International Civil Aviation Organization
INFRAERO	– Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
OMT	– Organização Mundial do Turismo
POP	– Procedimento Operacional Padrão
TAM	– Táxi Aéreo Marília

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	JUSTIFICATIVA	14
1.2	PROBLEMA DE PESQUISA	15
1.3	OBJETIVOS	15
1.3.1	Objetivo Geral.....	15
1.3.2	Objetivos Específicos	16
1.4	HIPÓTESES	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DOS TRANSPORTES.....	17
2.1.1	Transportes e o turismo	20
2.1.2	Tipos de transportes.....	23
2.1.2.1	Transporte Ferroviário	24
2.1.2.2	Transporte Rodoviário	26
2.1.2.3	Transporte Hidroviário	28
2.1.2.4	Transporte Aéreo.....	29
2.2	TRANSPORTE AÉREO: ASPECTOS DA AVIAÇÃO CIVIL NO BRASIL	34
2.2.1	Aeroportos.....	35
2.2.1.1	Caracterização do Aeroporto Internacional Afonso Pena.....	38
2.2.2	Serviços Aeronáuticos.....	39
2.2.3	Companhias Aéreas Brasileiras	40
2.3	TRANSPORTE AÉREO E O TURISMO	42
2.4	HOSPITALIDADE: ASPECTOS GERAIS.....	45
2.4.1	A importância da hospitalidade para o turismo.....	47
2.4.2	Hospitalidade Comercial.....	48
2.4.3	Hospitalidade nos transportes	50
2.4.4	Colaboradores e a gestão da hospitalidade nas companhias aéreas	51
3	METODOLOGIA DE PESQUISA	54
3.1	TIPO DE PESQUISA.....	54
3.1.1	Quanto a finalidade	55
3.1.2	Quanto aos objetivos.....	55
3.1.3	Quanto a abordagem.....	56

3.1.4	Quanto aos procedimentos e construção de instrumentos para coleta de dados	56
3.1.5	Tabulação e interpretação dos resultados.....	58
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	59
4.1	ANÁLISE E DISCUSSÃO	59
4.1.1	Percepção dos colaboradores de empresas aéreas a respeito das questões	60
5	PROJETO DE TURISMO	66
5.1	DESCRIÇÃO DO PROJETO: PROGRAMA DE TREINAMENTO ..	66
5.1.1	Etapa 1: Criação de conteúdo	67
5.1.2	Etapa 2: Plataforma de hospedagem para conteúdo	69
5.1.3	Etapa 3: Organização e aplicação do projeto	69
5.1.4	Descrição dos recursos e custos que envolvem o projeto.....	71
5.1.5	Estimativa de retorno.....	71
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
	REFERÊNCIAS.....	76
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	83
	APÊNDICE B – IMAGENS DO PROJETO	84

1 INTRODUÇÃO

O transporte aéreo apresenta um importante papel no Brasil, sendo destaque em questões referentes a economia, desenvolvimento, política e especialmente no turismo, atuando como um dos principais fomentadores da atividade turística no país. Nos últimos anos, o turismo tem sido uma das atividades econômicas que mais se desenvolve no mundo. Engloba milhares de pessoas e tem se destacado nas relações internacionais. A globalização tem acelerado o processo das mudanças e tornado o mundo empresarial mais competitivo (DALPIAZ et al., 2012).

A demanda do transporte aéreo doméstico registrou um aumento de 1,9% em março de 2018, comparada com o mesmo mês do ano anterior. Estima-se que foram transportados 7,5 milhões de passageiros pagos em voos nacionais durante esses primeiros meses do ano. Em mesma comparação, a oferta registrou aumento de 0,5% (ANAC, 2018).

Em março de 2018, a Gol apresentou 34,1% de participação no mercado nacional, seguida pela Latam, que obteve 33,1% da parcela. A Azul alcançou participação de 18,3% no mês e a quarta colocada foi a Avianca, respondendo por 14,1% da demanda doméstica. As demais empresas não possuem parcela expressiva de representação no mercado (ANAC, 2018).

De acordo com dados da Infraero (2017), foram mais de 66 mil voos em 2016, entre decolagens e pousos, o que significa um fluxo de mais de 6,3 milhões de passageiros utilizando o terminal Afonso Pena no ano. Com exceção dos voos não comerciais, todos os passageiros utilizam serviços ofertados pelas empresas aéreas que operam no aeroporto em São José dos Pinhais, Região Metropolitana de Curitiba. Em muitos casos, a experiência que o passageiro atribui ao utilizar esses serviços pode ser um fator decisivo na viagem.

De acordo com Lockwood e Medlik (2003):

[...] consumidores exigirão maiores garantias de qualidade, segurança e bem-estar. Buscarão experiências mais intangíveis que estejam de acordo com sua capacidade bancária e física. Sua fidelidade será facilmente transferida, tornando-se mais difícil mantê-los. Suas exigências serão implacáveis, pois buscam maximizar os seus desejos e suas realidades econômicas.

Na aviação, outro fator que atua como um dos incentivos para a hospitalidade em questão é a própria relação entre usuários de transporte aéreo e as companhias. Atualmente, também há elementos externos presentes nessa relação, como por exemplo, as normas de transporte de usuários e bagagens das empresas aéreas nacionais que passaram por reformas, modificando a maneira de operarem seus serviços. A situação teve impacto direto nos usuários e em seus relacionamentos, além de outros fatos recorrentes as operacionalidades das companhias. Nota-se que, em muitos casos, para um bom desempenho das empresas é importante o reconhecimento do papel dos colaboradores e estratégias para melhorar a qualidade dos serviços. Faria (2016) destaca como fato importante que o colaborador tenha ciência de sua participação individual para maior envolvimento nos propósitos da empresa.

O Aeroporto Internacional Afonso Pena, objeto de estudo desta pesquisa, foi eleito pela segunda vez consecutiva o melhor do país, e também venceu em categorias como aeroporto mais cordial, mais confortável, mais limpo e restituição de bagagem mais eficiente (INFRAERO, 2017). Ainda no contexto de qualidade dos serviços, os aeroportos de Curitiba, Vitória e Foz do Iguaçu ficaram entre os mais pontuais do mundo, de acordo com a empresa de consultoria britânica *Official Airline Guide* (2018).

A partir desse contexto, as atividades de treinamentos serão essenciais para que os profissionais das mais diversas áreas possam corresponder as expectativas da alta qualidade solicitada pelo mercado. A atuação profissional no turismo será decisiva para que haja um desenvolvimento em favor dessas tendências. Outro fator importante que afetará a hospitalidade desse século é o tempo. A tendência é que as pessoas terão menos tempo para o lazer e mais recursos para gastar. Haverá uma forte tendência para a hospitalidade luxuosa (DALPIAZ et al., 2012).

No âmbito nacional, as tendências turísticas são positivas, devendo sempre ressaltar a importância do desenvolvimento sustentável de recursos físicos, sociais e culturais.

Diante dessas questões, surge o questionamento da qualidade, capacidade e infraestrutura do turismo no Brasil. De modo que, a hospitalidade

surge como um diferencial e os terminais de passageiros são um dos espaços do setor turístico onde isso pode ser observado. O problema surge a partir do pensamento em como as companhias aéreas trabalham a questão da hospitalidade no Aeroporto Afonso Pena e seus reflexos na demanda de usuários do terminal, tendo como objetivo geral uma proposta de treinamento aos colaboradores das companhias aéreas com estratégias que facilitem a relação entre transportadoras e usuários, dando ênfase na hospitalidade que rege as relações dos setores de transportes e turismo. Para atingir tal objetivo, foram elencados alguns propósitos específicos, tais como identificar como as empresas influenciam os colaboradores a respeito da hospitalidade a ser aplicada aos usuários, a visão do próprio colaborador acerca da influência que exercem na experiência dos passageiros, como a infraestrutura do aeroporto e como afeta a experiência dos usuários, materiais utilizados pelas companhias que trabalhem a questão da hospitalidade e os principais fatores que afetam a relação de usuários e transportadoras.

A partir do capítulo 2 veremos o referencial teórico no qual os pensamentos de diversos autores estão interligados com o objetivo de encontrar um ponto em comum entre hospitalidade e transporte aéreo, apresentando vários pontos de vista dos autores citados. Ao que diz respeito ao capítulo 3, é dedicado à metodologia da pesquisa baseada na análise de dados, seguido das considerações finais e dados produzidos pela autora. Como principal método de pesquisa, foi elaborada uma entrevista, aplicada a funcionários de empresas aéreas nacionais, além de outros métodos utilizados como pesquisa documental e bibliográfica para dar fundamentação teórica ao trabalho, que se caracteriza como pesquisa qualitativa, de caráter exploratório.

No capítulo 4 são apresentados os resultados das entrevistas e os principais pontos descritos pelos colaboradores, dando embasamento para a realização do programa de treinamento proposto e descrito detalhadamente no capítulo seguinte, o de número 5, que consiste em capacitar funcionários através de vídeo aulas online, pela plataforma de hospedagem de cursos Udemy. Reconhecida internacionalmente, a plataforma oferece um amplo espaço para a criação e execução de conteúdos de aprendizagem, além de ter a possibilidade de expandir o público de acesso ao curso. Por fim, o último

capítulo apresenta as considerações finais da autora, que traz análises e reflexões acerca do tema.

1.1 JUSTIFICATIVA

Gehardt e Silveira (2009, p.98) apresentam a justificativa como parte fundamental do projeto de pesquisa, onde são expostas as razões de ordem teórica e de ordem prática pelas quais a pesquisa proposta é importante. Diante de tal apresentação, o argumento para a importância social do presente trabalho justifica-se em realizar um estudo a respeito da aviação civil no Brasil, de forma que seja possível entender sua ligação com a hospitalidade em seus serviços, além de incentivar novas formas, ou maneiras mais eficazes de atendimento ao seu público alvo. Como justificativa sobre o contexto nacional e o tema a estudado, pesquisas recentes buscam interpretar essa relação no Brasil, como é o caso de Santos (2017) que apresenta estudos sobre hospitalidade e serviços a bordo, citando diversos autores para esclarecer essa relação. Um dos autores citados é Milon (2011) que descreve os meios de locomoção, em especial o metrô, como um meio de troca, de trânsito e encontro, lugar de descobertas, não apenas um simples meio de transporte. Ainda de acordo como o autor, que relata sobre a hospitalidade no interior de aeronaves, o mesmo ressalta que ela pode ser exercida em qualquer lugar e sob quaisquer circunstâncias. Diante desse conceito, observou-se, por parte da autora do presente trabalho, a necessidade de estudar a relação entre usuários e transportadoras, a partir do ponto de vista de quem trabalha em solo, ou seja, colaboradores das empresas aéreas presentes no terminal Afonso Pena, pois como já evidenciado, a hospitalidade deve estar presente desde o primeiro contato com o passageiro, muito antes do embarque na aeronave.

A relevância teórica do estudo consiste em apresentar uma trajetória da aviação e dos serviços aeronáuticos, bem como apontar um panorama atual do transporte e dos serviços que envolvem hospitalidade no meio aéreo, sendo o transporte um elemento de extrema importância para a atividade turística mundial.

No âmbito pessoal, justifica-se a pesquisa pela afinidade com o tema, por já trabalhar na área e pelo desejo de ampliar meus conhecimentos sobre o assunto apresentado.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Como as companhias aéreas trabalham a questão da hospitalidade no Aeroporto Afonso Pena e seus reflexos na demanda de usuários do terminal?

1.3 OBJETIVOS

De acordo com Mattos (201-) o significado de objetivo é um fim a atingir, uma meta de pesquisa, ou seja, a finalidade de um trabalho de pesquisa, que indica o que o pesquisador irá desenvolver. Para Lakatos e Marconi (2003, p.156) “[...] toda pesquisa deve ter um objetivo determinado para saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar.”. Desse modo, foram elencados alguns objetivos, levando em consideração que as informações angariadas durante a pesquisa devem auxiliar no alcance das metas estabelecidas através dos objetivos geral e específicos, permitindo que o problema de estudo seja respondido de forma que ao final da pesquisa seja apresentado uma proposta de projeto.

1.3.1 Objetivo Geral

Elaborar proposta de treinamento aos colaboradores das companhias aéreas com estratégias que facilitem a relação entre transportadoras e usuários, dando ênfase na hospitalidade que rege as relações dos setores de transportes e turismo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar como as empresas influenciam os colaboradores a respeito da hospitalidade a ser aplicada aos usuários.
- Visão do colaborador acerca da influência que os mesmos exercem na experiência dos passageiros.
- Estudar a infraestrutura do aeroporto e como esta afeta a experiência dos usuários.
- Levantar a existência de materiais que trabalhem a questão da hospitalidade nas companhias aéreas.
- Identificar principais fatores que afetam a relação de usuários e transportadoras.

1.4 HIPÓTESES

- Os colaboradores afetam diretamente a experiência dos passageiros.
- Existem fatores externos como normas da ANAC, ANVISA, Infraero ou clima, que afetam a relação de usuários de transporte aéreo e companhias.
- Existem fatores, externos e paralelos ao ambiente aeronáutico, que afetam os colaboradores e seus desempenhos na relação com os usuários.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Ainda que o transporte possua uma relação muito marcante com o turismo, a bibliografia disponível acerca dessa relação não é tão abundante como em outras interfaces. Não obstante, várias publicações podem auxiliar na compreensão da interação dessas áreas. A fundamentação teórica é um fator importante para o desenvolvimento da pesquisa, a fim de auxiliar a coleta e análise dos dados, dando sustentação para os argumentos utilizados pelo pesquisador, através da realização de revisão de conceitos e teorias já apresentados sobre o tema. Esta fase da pesquisa possibilita identificar em que estado se encontra o problema, com base em aspectos teóricos já apresentados (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 186).

De acordo com Marion, Dias e Traldi (2002, p. 38), “[...] o referencial teórico deve conter um apanhado do que existe, de mais atual na abordagem do tema escolhido, mesmo que as teorias atuais não façam parte de suas escolhas.” Para melhor compreensão do tema abordado, foram delimitados alguns assuntos de relevância e aspectos importantes relacionados a temática, como aviação civil no Brasil, aeroportos, companhias aéreas brasileiras, conceitos de hospitalidade no turismo e nos transportes e serviços aeronáuticos.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS TRANSPORTES

Desde a Antiguidade, a evolução humana está intimamente ligada ao deslocamento. Originalmente, o homem se dedicava a colher frutas, logo em seguida veio a descoberta de que certos frutos só apareciam em determinadas épocas do ano, bem como os animais, que devido as mudanças climáticas, migravam de local em determinados períodos. A perseguição por comida e caça provavelmente foram os primeiros fatores que transformaram os seres humanos em nômades (LA TORRE, 2002). O termo nômade é descrito para identificar alguém que muda permanentemente de lugar, no caso dos nossos ancestrais, a mudança era oriunda de diversos fatores sujeitos às alterações

das estações, que obrigavam os humanos a se deslocarem em busca de melhores condições (SANTOS et al., 2010).

Ao passar dos anos, o homem descobriu métodos que facilitavam a existência da vida humana, bem como a agricultura, existência e domínio do fogo e a domesticação de animais. Dessa forma, constatou-se que os animais poderiam ter utilidade, como fornecer produtos derivados ou auxiliar no transporte de pessoas e objetos. Provavelmente os cachorros foram os primeiros animais a serem domesticados, sendo treinados para cuidar de rebanhos e posteriormente para carregar objetos. Um exemplo disso foram os índios norte-americanos, antes que os espanhóis introduzissem os cavalos, amarravam cachorros a um tipo de trenó (LA TORRE, 2002).

A invenção da roda surgiu da necessidade de criar um meio facilitador para o deslocamento de cargas, possibilitando transportar mais peso a velocidade maior, que ao passar do tempo, progrediu para locomoção de seres humanos (PAOLILLO, 2002). No entanto, veículos providos de rodas não podiam ser utilizados sem caminhos adequados, onde pudessem rodar. Como consequência, os romanos criaram vias para transportes de longas distâncias (LA TORRE, 2002). De acordo com La Torre (2002, p.2) o conceito de transporte é uma máquina que serve para transportar pessoas ou objetos de um local ao outro e sua principal função é integrar elementos, tendo como consequência a expansão do marco econômico, social e político em que se desenvolve a atividade humana. Com o avanço tecnológico e até mesmo o surgimento de novos meios de transportes, as mudanças resultantes da globalização do setor recreacional e setores conectados a essa área, como por exemplo, meios de transporte e de comunicação, tornaram as sociedades menos dependentes de recursos naturais e das restrições de distância e tempo (PAGE, 2001).

Os meios de transporte possuem uso duplo, sendo um serviço público, mas que também constitui um serviço turístico, isso representa que, pode ser utilizado por qualquer pessoa, mesmo que a motivação para tal uso não seja necessariamente turística (LA TORRE, 2002). Por essa razão, as empresas de transporte de passageiros se identificam como indústria de viagens e não indústria do turismo, pois nem todos os que utilizam os serviços ofertados por essas empresas, são de fato turistas. É um serviço público, ao qual todos os

tipos de viajantes recorrem (ACERENZA, 2002). Em muitos casos, os turistas são apenas um dos muitos tipos de passageiros que buscam mobilidade. Assim sendo, empresas de transporte urbano podem estar mais focadas na prestação de serviços de transporte para a população local do que necessariamente para os turistas (LOHMANN; CASTRO, 2013, p. 04).

O transporte público é elemento essencial para a economia de um país, necessitando de um complexo sistema para que haja um bom funcionamento, sem limitações que interrompam o fluxo de uso, tanto de passageiros, como de carga. O que difere o transporte turístico de outros serviços ligados ao turismo é a formação com base na distribuição geográfica, que segue obedecendo ao fluxo turístico e levando em consideração outros fatores como o acesso a lugares com atrações, comodidade do serviço, horários pertinentes e serviços secundários elencados aos serviços principais, permitindo transportar turistas até seu destino final sem grandes perdas de tempo entre os serviços (SANTOS et al., 2010).

Lohmann e Castro (2013, p.5) conceituam os sistemas de transportes turísticos como:

[...] atividade meio compreendida por uma série de atributos [...] que interliga a origem de uma viagem turística a um determinado destino (e vice-versa), que interliga vários destinos turísticos, entre si (primário ou secundários) ou que faz com que os visitantes se desloquem dentro de um mesmo destino primário ou secundário.

O transporte é definido como meio de locomoção de um ponto ao outro, entretanto, por si só podem ser considerados uma atração turística, já que a etapa faz parte da experiência do turista e em algumas ocasiões, o destino define o meio de transporte que será utilizado (LEIPER, 1990 apud SANCHO, 2001). Lohmann e Nguyen (2011, apud LOHMANN; FRAGA; CASTRO, 2013) ressaltam que as diferenças na morfologia geográfica do destino turístico, sazonalidade, atrações e outros elementos, podem causar impacto na escolha dos modos de transporte e sua viabilidade. Ainda sim, são raros os trabalhos sobre o transporte como parte da atração ou principal atrativo das viagens turísticas. Um exemplo desses modos de transporte são as estradas cênicas e veículos especiais, para uso voltado a atividades turísticas, onde é comum o atendimento diferenciado, agregando valor ao produto turístico, aumentando a qualidade e competitividade do mesmo no mercado. Em alguns casos, o meio

de transporte se torna o atrativo primário, deixando a rota e roteiro em segundo plano (PAOLILLO, 2002, p.24).

2.1.1 Transportes e o turismo

Não há como negar a relação existente entre transporte e turismo, especialmente sob a reflexão que o setor de transportes é formado por elementos fundamentais, sendo eles, via, veículo, força motriz e terminal, além de outras classificações que aliados aos elementos turísticos compõem o que conhecemos como sistema de transporte turístico (OLIVEIRA, 2016). Os transportes configuram como um elemento importante e inseparável do sistema turístico, operando especialmente como unificador de regiões geradoras e receptoras, através do volume de viagens realizadas (PAGE; CONNELL, 2006).

Lohmann e Castro (2013) afirmam que todo viajante, quer a lazer ou a negócio, utiliza algum meio de transporte para chegar ao seu destino e como consequência, devido à forte relação entre transporte e turismo, o desenvolvimento de destinos turísticos é impulsionado ou não, em razão da existência ou falta de sistemas de transportes eficientes.

De acordo com Lohmann e Duval (2011), outros conceitos importantes para os destinos turísticos e que causa impacto na relação transporte-turismo, são a acessibilidade e a conectividade, que tornam evidentes os papéis do setor público e privado. Acessibilidade é uma medida geográfica comparativa de diversos pontos dentro de uma rede e as possibilidades de conexão, devido a existência de transporte para acessar determinado lugar. Quanto a conectividade, examina as limitações práticas, tecnológicas e as oportunidades de maior acessibilidade, incluindo menor tempo de viagem ou transportes mais eficientes. Os autores também ressaltam a interdependência dos dois setores, pois, se por um lado o transporte conta com a atratividade de um destino para haja desenvolvimento, por outro, o próprio local necessita de um meio de transporte para que se torne acessível aos visitantes. Em consequência, se o desenvolvimento dos transportes ocasionou no aumento do uso, foi justamente

esse aumento que estimulou a necessidade de maior desenvolvimento dos meios de transporte.

Através das décadas, o turismo experimentou um crescimento contínuo e aprofundou a diversificação, se tornando um dos setores econômicos que mais crescem no mundo. O turismo moderno está ligado ao desenvolvimento e abrange um número cada vez maior de novos destinos. Essas dinâmicas transformam a atividade turística em um fator chave para o progresso socioeconômico, assim como os meios de transporte de forma geral e os de transporte turístico, têm grande importância de caráter econômico, social e político (OMT, 2018; LA TORRE, 2002).

Atualmente, a crescente demanda do setor turístico é igual ou superior ao número de negócios ligados à exportação, produtos alimentícios, automóveis e petróleo em alguns locais, chegando a representar uma das principais fontes de receitas, em especial nos países em desenvolvimento, tornando-se uma atividade de grande importância para o comércio internacional. Essa dimensão global do turismo produziu benefícios econômicos e de emprego em muitos setores, desde a construção, agricultura e até telecomunicações (OMT, 2018).

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) a definição do conceito de turismo é a atividade do viajante que visita uma localidade fora do seu entorno habitual, por período inferior a um ano, tendo como principal objetivo atividades que não requerem remuneração por entidades do local visitado. Quanto às referências temporais, quando o tempo é muito longo, passa a ser considerado emigração (BURKART; MEDLIK, 1981 apud ANDRADE, 2001; RUSCHMANN, 2002; BELTRÃO, 1999). Assim sendo, a atividade turística é caracterizada por alguns autores como o ato de ficar distante de sua residência por um período superior a 24 horas (LAGE, 2002) e inferior a um ano (ANDRADE, 2001; OMT, 2007).

A percepção de Morgenroth (1929, apud ANDRADE, 2001) a respeito da atividade turística complementa a definição como:

[...] tráfego de pessoas que, temporariamente, afastam-se, de seu local fixo de residência para deter-se em outra localidade, com o objetivo de satisfazer desejos de natureza diversa, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais.

Nota-se que tanto a atividade turística quanto os transportes são de elementos de grande importância econômica, social e política. La Torre (2002) ressalta que do ponto de vista geral, não apenas turístico, desde que o homem começou a transportar progrediu no aspecto econômico, pois passou a relacionar sua própria economia, ou a de seu grupo social, com outras economias. O desenvolvimento dos transportes contribui, além da economia, trasladando mercadorias, matéria prima, produtos agrícolas e oferecendo a possibilidade de acessar locais mais distantes, melhorando o fluxo e por consequência o desenvolvimento do local onde os meios de transporte operam, sendo possível agregar valor à localidade onde atuam, pois, terrenos incomunicáveis tem pouco ou nenhum valor. Ainda de acordo com o autor, o transporte deve ser econômico e estar ao alcance de todos os usuários, motivo pelo qual o estado se ocupa em vigiar e garantir os preços. Lohmann e Castro (2013) citam como exemplo de produto acessível empresas aéreas que lançam tarifas promocionais, barateando-as a tal ponto que turistas potenciais priorizam a oportunidade de viajar, independentemente do destino de preferência. Além de reforçar a importância dos transportes para os destinos turísticos, tal ato movimenta a economia.

Do ponto de vista social, a existência de um importante sistema de transporte possibilita os traslados da população, não apenas de fluxo local, mas também internacional. A evolução dos transportes tem evidenciado benefícios no setor político, tanto nacional quanto internacional. Os meios de locomoção também funcionam como elemento de publicidade e informação, desenvolvendo uma função educativa, onde será exercido um sentido de igualdade e de democracia. Países incomunicáveis propiciam ignorância, despotismo, tirania, e muitos outros aspectos negativos para a vida da população (LA TORRE, 2002). O desenvolvimento econômico de um país é influenciado pela existência de importantes sistemas de comunicação e transporte, sendo parte da preocupação de governos progressistas a favor de desenvolver uma política de construção e conservação dos sistemas viários de seus países (LA TORRE, 2002).

A atividade turística está relacionada com estar em outro lugar, sair do local habitual, e por consequência, está associado com a relação entre transporte e turismo. O transporte é responsável não apenas por movimentar

fisicamente a demanda turística para regiões de oferta, mas também pelo transporte de turistas quando estes chegam na destinação (COOPER *et al*, 2001). Por essa razão, um destino turístico pode se destacar dos demais, por oferecer variedade e qualidade. O destino que pode ser acessado por vários modos de transporte terá a vantagem competitiva de possuir o modo de transporte mais conveniente para diferentes tipos de turistas, incluindo seus segmentos e mercados (LOHMANN; CASTRO, 2013).

2.1.2 Tipos de transportes

Lohmann, Fraga e Castro (2013) reconhecem que o turismo, no padrão que atualmente é conhecido no mundo inteiro, só pôde ser alcançado graças ao desenvolvimento dos meios de transporte e sua posição fundamental na comunicação e evolução de destinos turísticos. Apesar do desenvolvimento tecnológico individual de cada modo de transporte, um bom sistema abrange diferentes sistemas modais, terminais intermodais, unindo tecnologias que sejam complementares, ao invés de competitivas.

Gonçalves (2008) também apresenta o conceito de divisão, sendo entre transportes turísticos especializados e não especializados. O primeiro é formado por equipamento de diversos modais que, de acordo com uma regulamentação específica, realiza transporte de passageiros relacionados com excursões, passeios locais, traslados e transportes especiais. O transporte turístico não especializado é constituído por equipamentos de transporte regular, público ou privado, que necessariamente não possuem o objetivo principal de turismo. Assim como o transporte especializado também pode ser classificado em terrestre (ferroviário e rodoviário), hidroviário e aéreo.

As referentes regulamentações do transporte especializado são de âmbito nacional, dependendo da lei de cada país, estado ou município, concordantes com a realidade local. No Brasil, as atividades de transporte turístico são regidas pelo Decreto nº 87.348/82, de 29 de junho de 1982, pela Resolução Normativa nº 32, de 21 de maio de 1988, e também pela Deliberação Normativa nº 246, de 03 de outubro de 1988, todas do Conselho Nacional do Turismo (GONÇALVES, 2008).

De acordo com o Decreto nº 87.348/82 (BRASÍLIA, Câmara dos Deputados, 1982), o Art. 3º:

O transporte turístico de superfície compreendo as seguintes modalidades:

I - Para excursões: é o realizado em âmbito municipal, intermunicipal, interestadual ou internacional, com qualquer prazo de duração, para o atendimento de excursões organizadas por agências de turismo [...].

II - Para passeio local: é o realizado para visitas aos locais de interesse turístico de um município ou de suas vizinhanças, [...] organizados por agências de turismo.

III - Para traslado: é o realizado em âmbito municipal, intermunicipal ou interestadual, entre as estações terminais de embarque e desembarque de passageiros, os meios de hospedagem, e os locais onde se realizem eventos turísticos, [...] organizados por agências de turismo.

IV - Especial: é o ajustado diretamente entre a usuário e a transportadora turística e realizado em âmbito municipal, intermunicipal ou interestadual [...].

Já a Resolução Normativa de nº 32 (BRASÍLIA, Conselho Nacional de Turismo, 1988) define:

I - Os requisitos para cadastro e classificação das Transportadoras Turísticas de Superfície;

II - Os padrões para classificação dos veículos e embarcações de turismo;

III - As normas para funcionamento, direitos e obrigações das transportadoras turísticas e agências de turismo com frota própria, no que diz respeito ao transporte turístico de superfície.

O sistema de transportes turísticos pode ser dividido em quatro modais, sendo eles ferroviário, rodoviário, hidroviário e aéreo.

2.1.2.1 Transporte Ferroviário

Para Roná (2002) o turismo ferroviário tem a mesma idade que a própria atividade turística, pois em 1841, Thomas Cook vendeu cerca de 570 passagens de transporte ferroviário para um percurso que ia de Leicester a Loughborough. Após a Segunda Guerra Mundial, a crescente oferta de voos e frota automobilística ocasionaram o declínio do transporte ferroviário em várias partes do mundo. Com a modernização e o surgimento de novos meios de transporte, como o avião, a venda de passes ferroviários ajudou a manter as operações das ferrovias, surgindo quase que por necessidade e fazendo

grande sucesso na Europa pós-guerra, atraindo vários turistas. A Eurail¹ foi a pioneira, e essa maneira de comercializar viagens de trem atraiu uma parcela do mercado mundial. Na América Latina, a instabilidade política e econômica não permitiu a consolidação do produto, ocasionando decadência de boa parte do transporte ferroviário. Muitas ferrovias perderam sua função econômica original. Atualmente, o turismo é responsável por parte do que se recuperou das atividades comerciais nas ferrovias, sendo o principal motivo pela continuidade da existência desse patrimônio cultural (RONÁ, 2002). Exemplo disso, é a própria Eurail citada a cima, existente até os dias de hoje, funciona operando em diversos países, transportando passageiros para os principais destinos turísticos da Europa (EURAIL, 2018).

La Torre (2002) apresenta as classificações de serviço regular ou especial para distinguir o uso dos trens, sendo o primeiro para o traslado de passageiros com itinerários fixos. Na maioria dos países, as operações são controladas pelo Estado, havendo exceções, como as empresas privadas que prestam serviços basicamente turísticos. A segunda classificação diferencia-se pela finalidade de realizar percursos especiais, como por exemplo, quando um grupo de pessoas aluga um trem.

Ainda de acordo com La Torre (2002) a classificação também pode ser feita em função da natureza do terreno. Entende-se como terrestres aqueles que possuem trilhos paralelos sobre o solo, nos quais os trens se movimentam através do deslize. A segunda classificação apontada pelo autor é a função aérea, aquela onde os trens são suspensos dos trilhos e elevados, como por exemplo, o trem funicular, muito utilizado em espaços com grandes desníveis, o teleférico, cabine sustentada por um os mais cabos aéreos por onde ela desliza, telecadeiras, espécie de teleférico com cadeiras suspensas por um cabo e telesqui, dispositivo teleférico específico para pessoas equipadas com vestimentas de esqui.

Do ponto de vista turístico, as viagens de trens podem ser separadas em dois grandes segmentos: o uso de ferrovias entre duas áreas de interesse turístico e a ferrovia como a própria atração turística (RONÁ, 2002). Os trens

¹ A Eurail é uma das maiores operadoras de trens de transporte de passageiros do mundo, presente atualmente em 28 destinos da Europa. Pelo site oficial – <https://www.eurail.com> – é possível obter várias informações, tanto sobre passagens, como sobre cada destino em que opera (EURAIL, 2018).

turísticos são aqueles que não realizam mais serviços de transporte regular de passageiros, operando apenas com finalidade para passeios turísticos. Os bondes estão inclusos, diferenciando-se pelo fato de que ainda pode ser utilizado como transporte regular, mas em sua maioria, são utilizados por turistas, tendo em vista que se trata de um meio de transporte que não é mais comum no Brasil (GONÇALVES, 2008).

2.1.2.2 Transporte Rodoviário

Os transportes rodoviários são descritos por Lohmann, Fraga e Castro (2013) como transporte terrestre de forma conveniente e porta a porta. A história do automóvel implica referir-nos a criação da roda nos primórdios da história da humanidade (LA TORRE, 2002). O automóvel é um produto da Segunda Revolução Industrial, e a sua invenção deu maior autonomia ao turista, que passou a ter a oportunidade de sair das vias fechadas de transporte, como as ferrovias e as linhas aquáticas, podendo determinar os horários e itinerários (RONÁ, 2002; LOHMANN, FRAGA e CASTRO, 2013).

Com o aumento do uso desse meio de transporte, houve a expansão e criação de rodovias e atualmente, compreende boa parte da rede de transportes e serve como meio de interligação entre outros modos de transporte. Quanto às redes de transporte, são o conjunto de ligações dos diversos modos de transporte e seus terminais de integração. A existência de uma rede de transportes está condicionada a diversos fatores de acordo com os atributos de modo (LOHMANN; FRAGA; CASTRO, 2013). Para Roná (2002, p.21) “Pensar em turismo rodoviário no Brasil é pensar no próprio turismo praticado no país, tão grande é a dependência que temos em relação ao modal rodoviário. A rede rodoviária brasileira é uma das maiores do mundo e a frota que circula por ela é muito expressiva.”.

De acordo com La Torre (2002) a definição de automóvel é um veículo que se movimenta por vias terrestres, sobre quatro ou mais rodas, por meio da força gerada por um motor próprio. É constituído por carroceria, chassi que serve para dar suporte para motor e demais acessórios. Em determinados modelos a carroceria desempenha as funções do chassi, devido sua firmeza.

Outras partes fundamentais são os eixos e as rodas, amortecedores ou suspensão de molas, freios e volante, embreagem e caixa de câmbio, que tem a função de transmitir aos eixos a potência do motor.

O sistema rodoviário dispõe de vários tipos de veículos e empresas vinculadas ao serviço de transporte terrestre. Um exemplo são as empresas de locação de automóvel, que consiste em um indivíduo dispor por algumas horas ou dias, de um automóvel, por certo preço determinado, havendo restrições em alguns casos, como limitações na quilometragem. Também se encaixam nessa categoria empresas de fretamento de ônibus, consideradas como um serviço de contrato específico, para grupos definidos, sem cobrança individual de passagem e sem caráter de serviço público (GONÇALVES, 2008).

Beni (2001) divide o serviço de fretamento em duas modalidades, o fretamento contínuo, considerando como serviço de transporte de passageiros prestado de forma contínua como por exemplo transporte para indústrias, shoppings centers, escolas, universitários, zona rural e outros. Esse tipo de fretamento funciona mediante contrato escrito, para um número de viagens pré-estabelecido e destinado ao transporte de usuários definidos. A segunda modalidade citada pelo autor, trata-se do fretamento eventual, serviço referente ao transporte para excursões e viagens de turismo, traslados entre aeroportos e hotéis, city tour, eventos, passeios culturais e outros. Também opera mediante contrato escrito, diferenciando-se pela finalidade específica ou turística (BENI, 2001).

Gonçalves (2008) menciona os veículos recreacionais como parte integrante do sistema rodoviário, especificando os tipos de veículos, também conhecidos como RV (*Recreation Vehicle*). São automóveis que foram projetados para o lazer de quem os utiliza, podendo ser: trailers, casas acopladas a uma estrutura de metal com um ou mais eixos, necessário veículo para rebocar, os motor-homes, trailers montados sobre o chassi de ônibus ou caminhão, contém infraestrutura de casa e são auto suficientes, com caixa d'água que alimenta o veículo, os *campers*, módulos com recurso de trailer acoplado a caçamba de caminhonete, o Safari, motor-home fabricado no chassi de Kombi, com infraestrutura de casa e por fim os modelos de jipes, muito utilizados em locais onde a paisagem é o produto turístico, como as savanas africanas ou city tour.

2.1.2.3 Transporte Hidroviário

Roná (2002) aponta que o uso de embarcações com finalidade turística deu-se em meados do século XIX, com o surgimento dos navios movidos a vapor. Uma das grandes vantagens na época era que não dependiam de vento para se locomover, podendo assim cumprir horários estabelecidos. Por vários anos esse foi o principal meio de transporte para diversos povos ao redor do mundo.

Assim como em muitos lugares, no Brasil a navegação de passageiros já foi muito importante, mas a crise no setor – influência da concorrência aeronáutica e rodoviária – a atividade foi abandonada. No país, o que difere de muitos lugares é o fato de que os principais armadores brasileiros não procuraram investir no turismo e a inexistência de navios de passageiros com a bandeira nacional tem levado empresários a locar embarcações no exterior. Contudo, há limitações, pois, os nossos portos, em sua maioria, são de pequeno calado² e considerados de pouco acesso para uso de passageiros (RONÁ, 2002).

La Torre (2002, p. 181) apresenta um conceito para barco:

[...] é um veículo flutuante, construído de madeira, ferro ou outro material, impulsionado e dirigido por diversos meios; serve para transportar, pela água, pessoas e coisas. Um barco para efeitos turísticos é muito mais que isso, devido a se tratar de um meio de transporte aquático [...] que serve como hotel flutuante.

Para Gonçalves (2008) cruzeiros marítimos são viagens de curto e longo prazo, realizadas em embarcações de porte grande e equipadas com infraestrutura para receber visitantes. Atualmente, as temporadas de cruzeiros no Brasil vão de outubro a abril. A autora ainda relata sobre turismo fluvial, descrevendo como viagens feitas em pequenas e médias embarcações, com ou sem pernoite, através de rios navegáveis. A hidrografia brasileira é formada por rios navegados em corrente livre e por hidrovias geradas pela canalização de trechos de rios, além de lagos isolados.

² Calado de via: profundidade mínima de água necessária para a embarcação flutuar (RONÁ, 2002).

Entretanto, nenhuma outra tecnologia de transportes foi tão fundamental para o desenvolvimento do turismo em escala mundial quanto o transporte aéreo. Possibilitou a ligação entre os quatro cantos do mundo (LOHMANN; CASTRO, 2013), que a partir da década de 1950, com o surgimento de jatos de passageiros economicamente viáveis, passou a afetar diretamente o fluxo de uso dos meios de transportes em geral, causando grande e importantes mudanças no modo de locomoção (RONÁ, 2002).

2.1.2.4 Transporte Aéreo

Em 1898, o brasileiro Aberto Santos Dumont se dispôs a voar sobre Paris, em uma máquina construída por ele mesmo, impulsionado por um motor a gasolina, desmontado de um autotriciclo, e dessa forma, tornou-se o primeiro homem a voar utilizando gasolina como força motriz. Nos Estados Unidos, Orville Wright, com a ajuda de seu irmão Wilbur Wright, realizou o primeiro voo controlado, que durou cerca de 12 segundos. A partir desse ponto, surgiram diversas máquinas voadoras ao redor do mundo, que foram se aperfeiçoando cada vez mais (LA TORRE, 2002).

De acordo com La Torre (2002) o conceito de avião é:

Um aparelho cujo peso é superior ao do ar e que devido à aplicação de uma força propulsora pode voar. É mantido no ar pela força de sustentação que produz o vento relativo no choque com a superfície inclinada das asas.

No Brasil, a aviação ganhou mais impulso nas décadas que se seguiram quando a economia nacional passou por profundas transformações entre as décadas de 1920 e 1950. Durante as primeiras décadas do século XX ficou visível o ingresso de capital estrangeiro no setor de serviços, como ferrovias, bancos, transporte aéreo etc. O crescimento e a diversificação da economia brasileira entre 1920 e o início da década de 1960 ocasionou a forte expansão da demanda pelo transporte aéreo (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

Nas décadas de 1920 e 1930, o setor era operado majoritariamente por empresas estrangeiras europeias. Em 1926, a companhia alemã, Condor Syndikat, hoje conhecida como Lufthansa, teve permissão para um voo com

rota de Buenos Aires ao Rio de Janeiro, que seguiu para Porto Alegre, levando a bordo autoridades nacionais, fato que inaugurou o transporte aéreo civil no país (VASCONCELLOS, 2005).

No ano de 1927, a Viação Aérea Rio Grandense, também conhecida como Varig, obteve permissão do governo federal para realizar voos pelo território nacional, sendo reconhecida, portanto, como a primeira empresa de transporte aéreo regular no Brasil (SILVEIRA, 2003).

A Panair do Brasil, subsidiária da Pan American Airways, empresa norte americana, passa a operar em linhas internacionais em 1929, fazendo a ponte Nova York - Buenos Aires, com paradas no Brasil (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

Já em 1931, foi criado o Departamento de Aeronáutica Civil (DAC), considerado o primeiro órgão federal relacionado a administração da aviação civil, atuando no planejamento, controle e gestão. Mais tarde, em 1969, passou a se chamar de Departamento de Aviação Civil (VASCONCELLOS, 2005).

No ano de 1933, foi criada a Viação Aérea São Paulo, também conhecida como, VASP sendo a primeira companhia a atuar na ponte aérea Rio-São Paulo, também operava em linhas entre Ribeirão Preto, Uberaba, São Carlos e Rio Preto (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

A falta de aeroportos no país dificultou a expansão do mercado da aviação no Brasil, razão pelo qual o tráfego aéreo brasileiro se realizava de forma básica (OLIVEIRA, 2016). Na década de 1930, a estrutura do mercado de transporte aéreo teve fortes limitações ocasionadas pela falta de acesso à tecnologia, ou seja, as inovações de maior impacto e que caracterizavam a evolução da indústria de transporte aéreo nos anos 1930, só eram acessíveis às empresas subsidiárias de companhias estrangeiras. Além disso, a vulnerabilidade gerencial e financeira do incipiente capital nacional também servia de barreira na atuação das empresas brasileiras (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

A aviação civil brasileira teve maior crescimento a partir da década de 1940, por conta da compra de aeronaves americanas, procedentes da guerra e adquiridas com baixos custos, o que ocasionou o surgimento de inúmeras companhias aéreas (OLIVEIRA, 2016). Sonino (1995, apud BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011) compara as operações do setor aéreo em 1927 e 1937:

Estas empresas já possuíam, em 1927, 13 aviões, tendo transportado 643 passageiros, 257 kg de correspondência e 200 kg de carga. Em 1937, já operavam no Brasil nove empresas, com uma frota de 66 aeronaves, que voavam em 34 linhas, transportando 61.874 passageiros, 149.138 kg de mala postal e 235.024 kg de carga.

Em 1941, o Sistema Nacional de Aviação Civil passou a operar vinculado ao Ministério de Aeronáutica e todas as companhias áreas estavam sob as ordens dos militares. Controle do espaço aéreo e proteção ao voo, por meio do Departamento de Controle do Espaço Aéreo, também conhecido como DECEA, infraestrutura aeroportuária por meio da Infraero, regulamentação, fiscalização e controle da aviação civil por meio do antigo DAC e prevenção e investigação de acidentes aeronáuticos por meio do CENIPA – Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos (OLIVEIRA, 2016).

Nos anos de 1940 e 1950, o DAC buscou promover a ampliação de aeroportos no país, criando novos aeródromos e concedendo autorização para operações de novas empresas. Em 1955, o Brasil possuía a segunda maior rede de transporte aéreo comercial do mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos (OLIVEIRA, 2016). Houve a ascensão de empresas aéreas nacionais, que passaram a disputar o mercado com empresas estrangeiras norte americanas. Apesar da mudança na estrutura patrimonial, o mercado de transporte aéreo foi marcado por uma alta concentração ao longo de todo o período (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011). Até o início da década de 1960, mais de 20 empresas foram criadas, as quais concentraram as suas linhas principalmente nas rotas do litoral (MALAGUTTI, 2001).

Deste modo, após um período de proliferação de novas companhias aéreas, o setor passa por um período de consolidação das grandes empresas nacionais. As décadas de 1940 e 1950 também foram marcadas pela expansão das empresas nacionais para mercados externos (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

O excesso de oferta que se estabeleceu em relação à demanda da época, resultou por tornar antieconômicos os voos que eram realizados pelas companhias. O mercado da época não foi suficiente para viabilizar o funcionamento de tantas empresas aéreas, o que resultou no enfraquecimento das companhias, levando muitas a falência ou acabaram por se fundirem a outras. Como consequência deste período, houve baixa nos níveis de

segurança e de regularidade no serviço de transporte aéreo (MALAGUTTI, 2001).

Conforme Castro e Larny (1993, apud BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011):

No final da guerra, encontravam-se no Nordeste numerosos aviões, em particular DC3 e hidroaviões Catalina, que foram ofertados aos brasileiros como excedentes de guerra a um câmbio favorecido pela supervalorização do cruzeiro, artificialmente mantido até 1946 no seu valor de 1941. Deste fato resultou uma proliferação de companhias aéreas. Em 1950 haviam 22 companhias aéreas no Brasil, mas em 1955 este número já havia caído para 14 e em 1960 para 10, via processo acelerado de falências e absorções.

Nos anos 1960, a aviação comercial brasileira passa por uma grave crise econômica, ocasionada por diversos fatores como baixa lucratividade do transporte aéreo em decorrência do número excessivo de companhias gerando concorrência, deficiência na área de novos investimentos para a renovação de frota, a fim de substituir as aeronaves pós-guerra, vulnerabilidade econômica do país etc (MALAGUTTI, 2001).

Em uma tentativa de minimizar os efeitos da crise, as empresas aéreas e o Governo se reuniram para estudar mudanças nas políticas vigentes da época, como garantia da continuidade dos serviços aéreos, o que resultou na intervenção do Governo que passou a ter um maior controle, dando apoio a novas fusões que diminuíram o número de companhias aéreas operando no país (MALAGUTTI, 2001).

Foram realizadas três reuniões, denominadas Conferências Nacionais de Aviação Comercial (CONAC). A primeira ocorreu em 1961, a segunda em 1963 e a terceira em 1968. As conclusões a que se chegaram nessas reuniões conduziram a redução de empresas para no máximo duas do transporte internacional e três no transporte doméstico (MALAGUTTI, 2001). A partir de 1968, o governo passou a adotar uma política monetária e fiscal expansionista, que se reverteu em um período de crescimento econômico que ficou conhecido como o “Milagre Econômico” (BIELSCHOWSKY; CUSTÓDIO, 2011).

Durante esse período regulatório, os preços e a frequência de voos passaram a ser ditadas pelo Estado, que também colocou barreiras para a entrada de novas companhias aéreas. As empresas tiveram que modificar sua rede de linhas, optando por servir apenas as cidades de maior expressão econômica. Cidades menores, com infraestrutura inferior, simplesmente

passaram a não dispor desse tipo de serviço. Em 1958, eram 335 cidades na rota das linhas aéreas, já em 1975, esse número diminuiu para apenas 92 (MALAGUTTI, 2001).

Através do Decreto nº 76.590, de 11 de novembro de 1975, que tratava sobre o conceito do novo sistema de transporte aéreo regional, o Ministério da Aeronáutica dividiu o Brasil em cinco regiões: Norte, Nordeste, Central, São Paulo/ Centro Oeste e Sul, possibilitando que as empresas de táxi aéreo atuassem de acordo com as regiões (MALAGUTTI, 2001; SILVEIRA, 2003). O Governo fez acordo com três objetivos: expandir a frota, modernizar os aviões e assegurar a rentabilidade dos serviços (ANDRADE et al., 2012).

Em 1971 surgiu a TAM, maior companhia aérea brasileira em operação. No início operava com pequenos aviões e tinha como foco o interior de São Paulo, Paraná e Mato Grosso. Passou a ganhar notoriedade na década de 1990, com a chegada da nova frota, que aumentou a capacidade da empresa (OLIVEIRA, 2016).

A partir do início da década de 1980, a economia nacional estagnou por um longo período, que se estendeu até 2002. A nova ordem política, econômica e social que começou a se instalar, de maneira global, ocasionada especialmente com a queda do muro de Berlim, em 1989 e o rompimento da antiga União Soviética, marcaram mudanças filosóficas predominadas pelo pensamento liberal, o que levou os governos a reduzirem o controle sobre a economia, permitindo que as livres forças do mercado dominassem (MALAGUTTI, 2001). Em 1992, durante Conferência Nacional da Aviação Civil, foi abolido o conceito de regiões, que culminou na liberação para todas as rotas, por companhias regionais e grandes empresas (OLIVEIRA, 2016).

Nos anos 2000, a GOL passou a operar e introduziu o conceito de *Low Cost, Low Fare*, (baixo custo, baixa tarifa), novidade no mercado nacional. Já em 2003, a empresa comprou a Varig e, juntamente com a TAM, dominava 80% do mercado nacional (OLIVEIRA, 2016). Atualmente, a GOL não é mais considerada uma companhia *Low Cost, Low Fare*, pois, seus preços já se equivalem aos custos de outras empresas concorrentes.

2.2 TRANSPORTE AÉREO: ASPECTOS DA AVIAÇÃO CIVIL NO BRASIL

O sistema de transporte aéreo é uma estrutura complexa, que abrange um enorme número de fornecedores que operam em escala mundial, incluindo fabricantes de aeronaves, empresas aéreas, terminais aeroportuários, sistema de navegação aérea, empresas de manutenção e comunicação, dentre outras (LOHMANN; CASTRO, 2013).

A aviação aérea brasileira se divide em militar e civil, sendo a última, comercial ou privada, que se subdivide em duas categorias: o transporte aéreo, que envolve todo tipo de transporte comercial de passageiros, de carga e a aviação geral, incluindo pequenos aviões de propriedade particular até modernos jatos de negócios, helicópteros, balonismo, voos de treinamento e outras atividades aéreas (FAJER, 2009).

Importante ressaltar que para compreender a aviação civil é necessário ter conhecimento de que esse setor abrange um conjunto de atividades, subdivididas em três categorias: serviços aéreos, infraestrutura aeroportuária e infraestrutura aeronáutica (OLIVEIRA, 2016).

Pinto (2008, p.1) aponta as atividades competentes a cada um desses setores:

Os serviços aéreos são a atividade-fim e abrangem desde o transporte regular de passageiros até os jatos executivos, táxi aéreo e a aviação desportiva. A infraestrutura aeroportuária compõe-se de aeródromos, que nada mais são do que pistas de pouso e decolagem, e aeroportos, que são aeródromos dotados de terminais de passageiros. A infraestrutura aeronáutica é representada pelo controle de tráfego aéreo, que envolve a localização das aeronaves por meio de radares e a comunicação por rádio entre pilotos e controladores.

O setor de transporte aéreo exige um ambiente bem estruturado e controlado pelos governos, pois está intimamente ligado a segurança e a soberania nacional dos países, assim como também exerce um importante papel para no desenvolvimento da economia e da sociedade (LOHMANN; CASTRO, 2013). A aviação civil brasileira possui a agência reguladora e a infraestrutura aeroportuária subordinadas ao Ministério da Defesa (OLIVEIRA, 2016).

Em maior escala, a International Air Transport Association (IATA) e a Organização de Aviação Civil Internacional/ International Civil Aviation Organization (OACI/ICAO) são os órgãos responsáveis pelo desenvolvimento e

promoção da aviação internacional. A IATA representa cerca de 240 companhias aéreas em 118 países, o que significa aproximadamente 93% do fluxo aéreo mundial. A organização tem como objetivos representar liderar e servir toda a indústria do transporte aéreo, cooperar com demais organismos internacionais relacionados a aviação, como o ICAO, apoiar colaboração entre empresas e estimula o fornecimento de transporte seguro, acessível e regular para o bem de todos (LOHMANN; CASTRO, 2013).

O setor passou por importantes mudanças desde o decreto da Constituição, que assim como já acontecia em diversos países, desregulamentou os serviços aéreos. Na Constituição também foi abolido o controle de preço de passagens e adotou-se o princípio da liberdade de voo, ou seja, as companhias aéreas podem voar para qualquer destino, desde que haja capacidade e infraestrutura aeronáutica e aeroportuária para tal exploração, os resultados mostraram-se positivos, pois houve queda de preços e aumento de destinos (PINTO, 2008).

2.2.1 Aeroportos

Os aeroportos são a principal porta de entrada para milhões de turistas nacionais e internacionais, e o transporte aéreo se apresenta como meio preferencial para os deslocamentos de média e longa distância. Além disso, os aeroportos atuam como terminal de entrada, saída e distribuição de riquezas (NEUMAYR, 2016).

O sistema global de aeroportos constitui um dos dois principais componentes da infraestrutura de aviação mundial, o segundo elemento são os sistemas de gerenciamento de tráfego aéreo (BELOBABA; BARNHART, 2009).

De acordo com reportagem do Portal G1 (2017), o Brasil possui 2.457 aeródromos registrados, que abrangem grandes, médios e pequenos terminais. Ocupando o segundo lugar na lista de países com o maior número de aeroportos, perdendo apenas para os Estados Unidos. Desse total, 54 terminais são administrados pela Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária, também conhecida como Infraero (INFRAERO, 2017).

Desde o surgimento da aviação civil no Brasil, a atividade passou por inúmeras transformações, até a atualidade. Palhares (2003) relata sobre mudanças na concepção dos aeroportos ao longo dos últimos anos. Os projetos arquitetônicos gigantescos e modernos permitiram a inclusão de funcionalidades que vão além das atividades básicas de um aeroporto. Nos últimos anos, a disponibilidade de aeroportos e a cobertura da malha aérea doméstica mostram-se, de maneira geral, adequadas, com distribuição que espelha a da população (McKINSEY & COMPANY, 2010). Em um comparativo de 2017, os aeroportos administrados pela Infraero movimentaram 108,6 milhões de passageiros, 1,5 milhão de aeronaves e 124,8 mil toneladas de cargas (INFRAERO, 2017). O Aeroporto Internacional Afonso Pena está na décima posição dos 20 principais aeroportos em quantidade de decolagens, de acordo com ANAC (2017).

Apesar dos avanços, o desenvolvimento da atividade trouxe alguns desafios. Segundo dados do estudo realizado pela McKinsey & Company (2010) demonstram que a infraestrutura aeroportuária não cresceu no mesmo ritmo da demanda. Dos 20 principais aeroportos nacionais, 13 demonstram falhas nos terminais de passageiros, assim como há limitações no sistema de pista e pátio, o que representa significativa redução no nível de serviços ofertados aos usuários.

De acordo com cálculos, combina-se o crescimento esperado de demanda para os próximos 10 anos, com média de 5% ao ano no cenário base e em um cenário mais otimista, pode-se calcular 7% ao ano, com o fato de alguns parques aeroportuários já demonstrarem limitações e a baixa velocidade da expansão de terminais, para formar um panorama dos desafios a serem vencidos nos próximos anos. O quadro abaixo demonstra que o crescimento acelerado impôs limites a infraestrutura já existente em alguns aeroportos e afetará ainda mais a capacidade dos terminais até 2030 (McKINSEY & COMPANY, 2010).

FIGURA 1 - CRESCIMENTO E INFRAESTRUTURA AEROPORTUÁRIA

O crescimento acelerado trouxe para a infraestrutura aeroportuária desafios de capacidade já em 2009

Utilização na hora-pico para pista/pátio e no ano para TPS

- Com restrições hoje
- Necessidade de investimento até 2030
- Capacidade atual suficiente até 2030
- () Ano limite para saturação

Aeroporto	Lado ar ¹			Lado terra
	Pista DECEA	Pista ITA	Pátio ²	TPS
SP	Guarulhos	■ (2030)	■ (2030)	■ Saturado
	Congonhas	■ Limitado	■ (2014)	■ Saturado
	Viracopos	■ (2020)	■ (2020)	■ (2014)
RJ	Galeão	■	■	■ (2030)
	Santos Dumont	■ (2030)	■ (2030)	■ Saturado
BH	Confins	■	■	■ (2020)
	Pampulha	■ (2030)	■	■ (2014)
Demais	Brasília	■ (2030)	■ (2030)	■ Saturado
	Porto Alegre	■ (2030)	■ (2030)	■ Saturado
	Curitiba	■	■	■ (2030)
	Recife	■ (2030)	■	■ (2030)
	Salvador	■ (2020)	■ (2030)	■ Saturado
	Fortaleza	■	■	■ (2030)
	Manaus	■	■	■ (2020)
	Cuiabá	■ (2030)	■	■ Saturado
	Natal	■	■	■ Saturado
	Florianópolis	■	■	■ Saturado
	Vitória	■ (2030)	■	■ Saturado
	Belém	■	■	■ (2014)
	Goiânia	■ (2030)	■	■ Saturado

1 Considera mesmo nível de crescimento tanto para aviação geral quanto para aviação regular

2 Não considera equipamento para movimentação de passageiros (p.ex., ônibus, escada) que pode afetar o nível de serviço percebido pelo passageiro

Fonte: Adaptado de McKinsey & Company (2010).

A médio e longo prazo, de acordo com o crescimento calculado, serão necessários investimentos para expandir a capacidade atual em até 2,4 vezes, o que significa ir de 130 milhões para 310 milhões de passageiros atendidos ao ano, equivalente a nove aeroportos de Guarulhos. Acredita-se que a capacidade aeroportuária seja uma das mais importantes restrições ao crescimento do tráfego aéreo. Limitar a capacidade dos aeroportos significa muito mais do que apenas deixar de prestar serviços à alguns passageiros, essas restrições também se refletem na economia e nas recentes conquistas do setor, como por exemplo, maior competitividade entre as empresas (McKINSEY & COMPANY, 2010; BELOBABA; BARNHART, 2009).

McKinsey & Company (2010) ainda citam exemplos de outras oportunidades para que os aeroportos do país possam atingir um patamar mais elevado. Além da expansão da infraestrutura aeroportuária, apontada como a necessidade de maior importância, também se mostrou necessário harmonizar investimentos em pátio juntamente com aperfeiçoamentos no controle de

tráfego, o que diminuiria o tempo de viagem, implicando em um menor custo operacional, menor consumo de combustível e impacto ambiental positivo.

Além da infraestrutura fornecida pelos aeroportos, os serviços aeronáuticos também são apontados como essenciais para garantir a retomada da expansão da malha aérea.

2.2.1.1 Caracterização do Aeroporto Internacional Afonso Pena

O Aeroporto Internacional Afonso Pena está localizado a 19km do centro de Curitiba, capital paranaense que possui grande influência no fluxo de usuários do terminal, na cidade de São José dos Pinhais. De acordo com dados da Infraero (2018), o aeroporto é um dos 54 administrados pela empresa e conta com operações das companhias de aviação Latam, Azul, Gol, Avianca, Aerolíneas Argentinas e Amazonas, sendo estas duas últimas empresas aéreas internacionais, com voos para as respectivas capitais de seus países de origem, Buenos Aires e Assunção.

Ainda segundo relatório anual da Infraero (2018), no ano de 2017 foram movimentadas mais de 65,7 mil aeronaves para voos domésticos e 1,7 mil para voos internacionais. Já o número de passageiros ultrapassou os 6,6 milhões de usuários nacionais e 57,1 mil internacionais. Por fim, os números de movimentação de carga aérea e correios chegaram a mais de 16,2 mil toneladas de carga nacional e 18,4 mil toneladas para carga Internacional. Esses números equivalem diariamente acerca de 20 mil passageiros, 210 voos e 81,3 kg de carga aérea. Quantos aos funcionários das empresas que operam o sistema aeroportuário, representam uma população fixa de 6.235 indivíduos.

De acordo com informações divulgadas no site oficial da empresa que administra o aeroporto, a Área Bruta Locável (ABLC) tem 11.075.33m², segmentada em 62 pontos de varejo, 96 pontos de serviços e 50 pontos de alimentação, totalizando 208 unidades comerciais. A IATA reconhece o aeroporto pela sigla internacional de CWB e a ICAO pela sigla de SBCT. Possui 14 pontes para embarques e desembarques e estacionamento com capacidade para 4 mil veículos (INFRAERO, 2018). De acordo com pesquisa realizada pelo Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil, no ano de

2017, o aeroporto de Curitiba foi eleito o melhor do Brasil pelos passageiros, onde em uma escala com maior nota sendo 5 pontos, o terminal recebeu notas médias de 4,6 para infraestrutura aeroportuária, 4,8 para órgãos públicos e 4,7 para empresas aéreas.

2.2.2 Serviços Aeronáuticos

A definição de serviços demonstra a intangibilidade do mesmo, enquanto ressalta a tangibilidade de um produto. Desse modo, o serviço é produzido e consumido simultaneamente, não podendo ser armazenado ou transportado de um lugar para o outro é quem o consome, tem contato direto com a operação (FAVORITO, 2012).

De acordo com a Airport Council International (2000), o conceito de serviço é algo que é produzido e consumido simultaneamente. Nos serviços de transporte, a intangibilidade é a essência, mesmo com a necessidade de alguns elementos físicos para dar suporte. Os elementos intangíveis podem ser diferentes indicadores de qualidade, como pontualidade, confiabilidade, conforto, segurança e hospitalidade.

Para Lovelock e Wright (2001, p. 5) a definição de serviço é:

Um ato desempenho oferecido por uma parte a outra. Embora o processo possa ser ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção.

Gronroos (1990 apud FAVORITO, 2012) destaca que as seguintes características de serviços de transporte são intangibilidade, serviço como uma série de atividades, simultaneidade de produção e consumo, participação do cliente na produção do serviço, sem a possibilidade de armazenamento, produção inconstante. Apesar das definições, o autor ressalta que nem sempre é visível a separação entre os elementos, tendo em vista que muitas vezes clientes compram pacotes que abrange ambos, serviços e produtos.

Em se tratando de qualidade na prestação dos serviços, a satisfação dos passageiros está diretamente ligada à capacidade da empresa em atender às necessidades dos consumidores, ofertando serviços que possam superar as expectativas dos usuários (HEARGRIVES et al., 2005).

Atualmente, os aspectos tangíveis também se estabelecem como importante diferencial no mercado de transporte aéreo de passageiros, fato que pode ser constatado nos terminais aeroportuários mais modernos do mundo, como por exemplo, o de Changi Airport, em Singapura, onde a qualidade, tecnologia e eficiência da infraestrutura ofertada destacam-se como diferenciais para atrair um número maior de clientes (PARK, 2003; LOHMANN; FRAGA; CASTRO, 2012). As companhias aéreas apresentam um papel primordial como empresas prestadoras de serviços aeronáuticos e ao oferecer produtos aos seus clientes.

2.2.3 Companhias Aéreas Brasileiras

No ano de 2016, quinze empresas brasileiras prestaram serviço de transporte aéreo público regular e não regular, com exceção de táxi aéreo, sendo que cinco realizaram apenas operações de cargas. Já as estrangeiras, foram representadas por 92 companhias operando no país, com 23 atuando exclusivamente no setor de cargas (ANAC, 2017).

Entre as empresas nacionais destacaram-se quatro companhias, que atingiram, cada uma, mais de 1% da parcela no mercado doméstico e que somando representaram 98,7% dos passageiros transportados em voos domésticos. As empresas são Gol, Latam, Azul e Avianca (ANAC, 2017).

A companhia aérea Gol, que começou a operar no mercado em 2001, alcançou a liderança de transporte de passageiros com uma parcela de 36,0% em 2016. Em âmbito internacional, a empresa obteve 11,8%, considerando apenas as empresas brasileiras, alcançou o segundo lugar. Transportou 30,2 milhões de passageiros pagos em voos domésticos, conquistando o maior número em voos nacionais e 1,9 milhões de pessoas em voos internacionais. Operou em 58 aeroportos, em todos os estados brasileiros e em 23 aeroportos no exterior, espalhados por 17 países, com uma frota de 128 aeronaves, com capacidade de 138 a 177 passageiros. Contou com 15,1 mil empregados, sendo cerca de 1,6 mil pilotos e co-pilotos e 3 mil comissários. Sua receita de serviços aéreo públicos foi de 9,6 bilhões de reais em 2016 (ANAC, 2017).

A antiga TAM, atual Latam, resultado da fusão com a empresa aérea chilena Línea Aerea Nacional de Chile, ou simplesmente LAN, que opera voos desde a década de 1970, hoje formam a maior companhia aérea da América do Sul, possuindo várias subsidiárias em diversos países, ficou na segunda posição no mercado nacional de passageiros, com 34,7% e em primeiro lugar no mercado internacional, com 20,6% do total e 78,9%, se considerado apenas as empresas brasileiras. Ocupou o segundo lugar na posição de empresas que mais transportaram passageiros pagos em voos domésticos no ano, com 28,7 milhões de usuários e a primeira posição em voos internacionais, transportando 5,1 milhões de pessoas. Atuou em 49 nacionais, em todos os estados e em 34 aeroportos de 18 países. Possui uma frota de 165 aeronaves, que comportam de 144 a 379 passageiros. O quadro de funcionários contou com cerca de 23 mil empregados, sendo aproximadamente 1,8 mil pilotos e co-pilotos e 4,6 mil comissários. A receita gerada através de serviços aéreo públicos ficou em torno de 14,3 bilhões de reais (ANAC, 2017).

Iniciou suas operações em 2008, a companhia Azul atualmente ocupa o terceiro lugar entre as principais empresas aéreas nacionais. Obteve 17,1% da parcela de voos domésticos e 9,2% dos voos internacionais, levando em consideração somente as empresas brasileiras. Transportou mais de 19,4 milhões de passageiros pagos em voos domésticos, nas 27 unidades distribuídas pelo país. No ano de 2016, a empresa esteve presente em 109 aeroportos brasileiros e em 11 aeroportos no exterior, em 7 países. A companhia era representada por uma frota de 124 aeronaves com capacidade de 70 até 271 passageiros. O quadro de funcionários da empresa contava com 10,2 mil colaboradores, dos quais 1,4 mil eram pilotos e co-pilotos e cerca de 2 mil comissários. A receita gerada com os serviços aéreo públicos foi de 7,1 bilhões de reais (ANAC, 2017).

Em quarto lugar está a Avianca, presente no mercado brasileiro desde 1998. Foi responsável por 11,5% do movimento de passageiros no mercado doméstico, ou seja, transportou 9,2 milhões de usuários pagos em voos nacionais, atuando em 28 aeroportos, divididos em 19 estados do país. Terminou o ano de 2016 com uma frota de 43 aeronaves, capazes de transportar de 100 a 165 passageiros. Empregava aproximadamente 4,5 mil colaboradores, dos quais 460 eram pilotos e co-pilotos e 923 comissários.

Gerou receita de 3,1 bilhões de reais com serviços aéreos públicos (ANAC, 2017).

Apesar da importância do transporte aéreo para o turismo nacional, as empresas do ramo têm apresentado crescente falta de competitividade, especialmente se comparado com empresas estrangeiras no que se refere à carga tributária, custo de combustíveis, custo de capital, manutenção, reposição de peças e seguros, além da instabilidade perante a variação cambial. Estes elementos constituem em obstáculos ao desenvolvimento do transporte aéreo brasileiro e claramente influenciam nas flutuações financeiras das companhias aéreas, prejudicando conseqüentemente, outras atividades turísticas (CAMPINAS, Ministério do Turismo, 2006).

O crescimento do setor de transportes nos últimos anos tem movimentado outros setores que estão diretamente relacionados aos meios de locomoção. As empresas citadas, juntamente com as demais que operam no cenário nacional, exercem um importante papel no âmbito político, econômico, social, e especialmente no turismo.

2.3 TRANSPORTE AÉREO E O TURISMO

O transporte aéreo e o turismo estão entre os principais setores econômicos mundiais da atualidade, tendo em comum algumas características como dependência do ciclo econômico e de uma demanda, habitualmente relacionada com lazer e extremamente elástica com o preço (KELLER, 2000).

Dados da OMT (2016) revelam que no ano de 2015, mais da metade dos viajantes que pernoveram em seu destino de visita, realizaram a viagem por vias aéreas, o que representou 54% dos usuários de meios de transporte. Assim, o transporte aéreo mostra-se o transporte mais importante para o turismo mundial, seguido do transporte terrestre, com 39%. A tendência, a longo prazo, é o crescimento do transporte aéreo em um ritmo mais rápido que o transporte de superfície, aumentando gradualmente.

A demanda de transporte aéreo está ligada diretamente a duas categorias de consumidores, uma associada aos que viajam a negócios e outra aos que fazem turismo (OLIVEIRA, 2016). Alguns autores definem a

importância acerca da relação entre o transporte aéreo e o turismo, como por exemplo, Beni (2001):

[...] as atividades básicas do turismo podem ser definidas sob os aspectos de deslocamento e estada onde as empresas aéreas e de superfície são as que encarregam do deslocamento dos passageiros, e a empresa hoteleira é a que do suporte básico para a estada.

Certas ocasiões deixam ainda mais evidente a relação entre transporte aéreo e turismo, de acordo com Palhares (2003):

Os atentados nos Estados Unidos em 11 de setembro de 2001, não foram apenas um acontecimento histórico. Em decorrência do fechamento de aeroportos e do medo que se apoderou dos viajantes, muitas pessoas cancelaram suas viagens não só para os Estados Unidos, mas houve uma retração no mundo inteiro em relação ao turismo. É nesse ponto que a inter-relação entre transporte e turismo se torna evidente. Em consequência do fechamento de aeroportos, os mercados turístico e aeronáutico americanos, e por consequência de todas as regiões do globo, sofreram umas das maiores crises dos últimos anos. Nas semanas seguintes, a taxa de ocupação dos hotéis havia caído cerca de 40%. [...] No Brasil, a Varig demitiu cerca de 1.700 funcionários e 13 aeronaves foram retiradas de operação até dezembro de 2001, decorrência da queda na demanda de passageiros.

As transformações realizadas no setor aéreo acabam moldando a atividade turística, pleiteando novos comportamentos e novas formas de realizar o turismo, considerando que o sistema de transportes é um elemento unificador de regiões geradores e receptores de turismo (LOHMANN; DUVAL, 2011).

Para o Ministério do Turismo (2006):

O transporte aéreo é um dos elementos chaves para o desenvolvimento do turismo nacional. Sendo assim, é de fundamental importância o planejamento e organização de linhas aéreas integrando com uma política nacional de turismo. O desenvolvimento do transporte aéreo deve ser acompanhado por uma regulamentação adequada que incentive o atendimento de maneira eficiente do maior número de linhas possíveis. Além disso, deve-se buscar o fortalecimento dos setores que fornecem suporte ao transporte aéreo, com especial destaque para a infraestrutura aeroportuária e para a tecnologia de informação.

É conveniente destacar que o transporte aéreo é considerado o meio de transporte predominante no setor de turismo, na maior parte dos países, embora seja de amplo conhecimento que mesmo sendo rápido e oferecendo conforto e comodidade para os mais distantes destinos, em se tratando de custo total, não é o mais barato. Por essa razão Oliveira (2016), afirma que o

desenvolvimento do turismo e do transporte são intrinsecamente ligados, porém seguem um processo paralelo e se influenciam mutuamente.

Palhares (2003) assegura que conhecer a relação entre transporte e turismo é fundamental para que as empresas aéreas possam se posicionar no mercado cientes do papel que podem desempenhar no espectro do turismo. Ainda que sob o planejamento de suas operações, não é benéfico desconsiderar as possibilidades que a atividade turística pode oferecer nas estratégias organizacionais das empresas de aviação. O ponto central das empresas deve permanecer como o de transporte de passageiros, porém com o intuito de se aproximar da cadeia turística, a fim de ampliar o leque de possibilidades dos serviços das companhias. Sem o conhecimento necessário da importância do turismo para o setor de transportes, os planejadores e administradores acabam por limitar seus objetivos e atender unicamente as necessidades do próprio setor, sem levar em consideração o impacto que a regulamentação ou o investimento em infraestrutura podem proporcionar para outras atividades, especialmente comércio e turismo.

Ao mesmo tempo que a tecnologia avança, a rentabilidade e a eficácia dos transportes aéreos melhoram significativamente, tornando-se um meio facilitador para as possibilidades dos operadores turísticos em baixar o preço dos voos fretados e contribuir para uma maior expansão, mesmo nos lugares mais remotos. Percebe-se que tanto as empresas aéreas facilitam na promoção do turismo quanto o turismo promove maior crescimento nos serviços aéreos, que por consequência, devem adaptar-se a uma demanda cada vez mais exigente e sofisticada, que preza por bons preços e qualidade em seus serviços de deslocamento (OLIVEIRA, 2016).

Nota-se que os serviços aéreos não sobrevivem somente pelo fato de serem rápidos e eficientes. Fato claramente visto quando as empresas estão em crise e unem-se as outras para permanecer no mercado. Efetivamente as companhias aéreas devem repensar o tipo de serviço que está sendo ofertado, de modo que ao apresentar serviços diferenciados possam atrair mais clientes, bem como repensar na qualidade dos serviços, levando em consideração que as empresas devem tê-lo no topo de seus atendimentos, buscando assegurar a satisfação das necessidades do turista/cliente (OLIVEIRA, 2016).

No âmbito social e em um país com dimensões como as do Brasil, o transporte aéreo regional se destaca ao se referir às questões socioeconômicas, geopolíticas, sustentabilidade, assim como na melhoria da qualidade de vida e renda, além de incentivar as atividades turísticas pelo território nacional (OLIVEIRA, 2016).

Em relação à atividade turística, alguns aspectos são bem analisados pelos turistas, como por exemplo, os meios de transporte e o meio de hospedagem que fará uso durante a viagem, que por sua vez cria expectativas em relação aos serviços ofertados, que envolve a qualidade dos mesmos desde o embarque (OLIVEIRA, 2016). Nesse sentido, é essencial que as empresas prestadoras de serviços desenvolvam programas de capacitação e treinamento para seus colaboradores desde a contratação, visando que os conhecimentos técnicos das funções exercidas fazem parte do processo para se obter maior qualidade (LAMPRECHT; RICCI, 1997).

2.4 HOSPITALIDADE: ASPECTOS GERAIS

O termo hospitalidade, de acordo com Walker (2002, p.4) “[...] é tão antigo quanto a própria civilização.”. Deriva da palavra de origem francesa “*hospice*” e significa dar ajuda, abrigar viajantes. Segundo Grinover (2002) a palavra hospitalidade pode ser compreendida como recepção de hóspedes, visitantes ou viajantes, podendo ser resumida no ato de bem receber. Também implica na relação entre um ou mais hóspedes e no modo de funcionamento existente.

De acordo com Lashley e Morrison (2004, p.21):

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.

Os autores alegam que a definição de hospitalidade é concebida em um conjunto de comportamentos originários da própria base da sociedade e envolve a mutualidade e troca, através disso, sentimentos de altruísmo e beneficência. Cada sociedade possui sua própria maneira de comportamento e hospitalidade, que são exercidos nos seus espaços de convivência, a cada

momento a hospitalidade pode ser vivida e experimentada de formas diferentes (LASHLEY; MORRISON, 2004).

A troca seria, portanto, o fundamento básico da hospitalidade e ao mesmo tempo em que é voluntário, o dom também é obrigatório, pois quem dá assume uma postura de superioridade e quem recebe assume um sentimento de gratidão e sente a necessidade de retribuir, criando uma dependência recíproca entre as partes. Desse modo, surge o ciclo de dar, receber e retribuir (MAUSS, 1974 apud DALPIAZ et al., 2012).

Tão próximo da ideologia da generosidade e do altruísmo, o ato de dar não é um ato desinteressado. O ato de dar pode sim ser associado, em maior ou menor grau, a uma ideologia de generosidade, não existe a dádiva sem a expectativa de retribuição (LANNA, 2000).

A hospitalidade, tal qual conhecemos hoje, surgiu na Europa, em meados do século XVIII, e significava hospedagem gratuita aos viajantes da época. Na antiguidade alguns estabelecimentos, como as tavernas, ofereciam estalagens como uma necessidade de abrigar os viajantes (DALPIAZ et al., 2012).

As viagens passaram a fazer parte da vida profissional na Idade Moderna. Com o surgimento do *Grand Tour*, foram feitas algumas publicações com o objetivo de orientar os turistas. Mais tarde, a revolução francesa influenciou a hospitalidade através da culinária. Na Europa começam a seguir o modelo inglês de hospedagem e estes ambientes passam a desempenhar um importante papel social e político para a sociedade (DALPIAZ et al., 2012).

A hospitalidade marcada pelo ato de atender bem o turista foi implantada por César Ritz, que impôs esse tipo de atendimento em hotéis de luxo para prestar serviços a pessoas de grande poder aquisitivo (DALPIAZ et al., 2012).

Camargo (2004) afirma que a hospitalidade pode ser definida como o ao humano, exercido no contexto doméstico, público, profissional e virtual de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural. O autor também apresenta as duas vertentes que deram origem as pesquisas contemporâneas sobre hospitalidade: a francesa, que defende conceitos da hospitalidade pública e doméstica, apoiada nos princípios de “ir e vir” e do “dar, receber e retribuir”, e a segunda vertente, conhecida como americana, onde a hospitalidade é um

elemento fundamentalmente comercial, baseado na relação entre hóspede e anfitrião, podendo contar com intermediários como agências, operadoras e outros.

Spolon (2009) também aponta dois grupos, um vinculado a escola francesa, onde se destacam alguns autores como Anne Gotman e Alain Caillé, sociólogos que apresentam o conceito de hospitalidade como um conjunto de leis não escritas, que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades conhecidas como arcaicas e primitivas. O segundo grupo, voltado às práticas operacionais e gerenciais da hotelaria comercial, destaca que a hospitalidade é uma prática estritamente comercial, apoiada nas normas, legislação ou regimento que estabelecem as bases da relação empresa e cliente.

Mais recentemente, outros grupos vêm tentando ver a hospitalidade como um fenômeno não social-antropológico ou comercial, apresentando o conceito de multi e transdisciplinar, como um fato social, que se relaciona com a cultura, com os aglomerados urbanos, com as práticas sociais e com as questões de ordem epistemológica, religiosa, organizacional e mercadológica, frente a um contexto interativo e dinâmico (SPOLON, 2009).

Em relação ao turismo, é inegável que a expansão da atividade ocasionou no aumento drástico do uso desses termos, pois, além de consumidores regulares de hospitalidade, aumentou também o número de fornecedores desse tipo de serviço (SPOLON, 2009).

2.4.1 A importância da hospitalidade para o turismo

Diante dos conceitos apresentados e sob a perspectiva do turismo, conclui-se, então que o “bem receber” está diretamente ligado com a preparação do destino para o recebimento do turista e a preparação de um destino turístico abrange todo o sistema de turismo. Beni (2001) declara que os componentes desse sistema são os subsistemas apresentados nos conjuntos das relações ambientais, da organização estrutural e das ações operacionais, sendo elas: os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural, supra estrutura, mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo.

Beni (2001) ainda afirma que a qualidade no turismo se refere ao serviço aliado ao produto e que a condição da qualidade é o único critério que se impõe para determinar o êxito ou a falha desses. Isso evidencia que o “bem receber” está intimamente ligado com a qualidade dos bens e serviços oferecidos no turismo, o que equivale a dizer que a qualidade no destino turístico vai influenciar diretamente no bom ou no meu atendimento do turista (DALPIAZ; *et al*, 2012).

A hospitalidade no turismo evidencia-se muito mais amplamente quando considerado que deverá este presente em todas as atividades do setor, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamento), o desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicação (terrestre, aéreos, marítimos, fluviais e telecomunicações), educação e capacitação (recursos humanos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes, lazer e entretenimento, agências de viagens e locadoras) (DALPIAZ; *et al*, 2012).

No início, a hospitalidade se restringia apenas em conceder abrigo e alimentação para quem estava longe de seu lar. Atualmente, com a amplificação do termo, abrange desde os bens tangíveis, como hotéis, *resorts*, pousadas, meios de transporte e outros, até os intangíveis, ou seja, serviços prestados e que proporcionam o bem-estar físico e psíquico do visitante (DALPIAZ; *et al*, 2012). Como Walker (2002) apresenta, muitos dos valores da hospitalidade medieval estão presentes nos dias de hoje, adaptados para a atualidade, tais como serviço amigável, atmosfera amena e abundância de comida.

2.4.2 Hospitalidade Comercial

A hospitalidade comercial originou-se da hospitalidade doméstica, para atender a um mercado que demanda comida, bebida e alojamento fora de domicílio, enquanto um sistema empresarial sócio técnico, onde o principal objetivo é criar valor para seus clientes, dentro de limitações sociais (JONES; LOCKWOOD, 2004). Tal conceito apresenta o entendimento de que os valores abriguem tanto a satisfação pelo serviço prestado quanto o pagamento

realizado em troca do serviço. Lashley e Morrison (2004) comentam que na hospitalidade comercial, o pagamento financeiro isenta o cliente de retribuir pelo serviço recebido, a troca financeira anula a obrigação mútua e da lealdade. Ainda de acordo com os autores, os clientes podem utilizar as instalações sem criar uma obrigação com quem está prestando os serviços, a única exigência se dá através do contrato mercadológico, ou seja, o pagamento.

Cruz (2002) declara que a hospitalidade profissional no setor de turismo está associada a preparação, treinamento e planejamento, o que se contrapõe a uma hospitalidade voluntária e amadora.

Muitos autores criticam a existência da hospitalidade comercial, alegando que para haver o conceito da dádiva, é necessário que seja desinteressado por aquilo que lhe é ofertado e com o pagamento tal fato seria perdido (FAVORITO, 2012). Contudo, Telfer (2004) assegura que é possível existir hospitalidade, ainda que paga diante de algumas condições:

[...] se um hospedeiro comercial atende bem aos seus hóspedes, com um interesse autêntico por sua felicidade, cobrando um preço razoável, não extorsivo, por aquilo que oferta, suas atividades poderão ser chamadas de hospitaleiras.

Para o autor, mesmo ofertando alimentos, bebidas e hospedagem, espera-se obter lucro e supõe que o hóspede pode beneficiá-lo, sendo, por isso, proporcionada a hospitalidade a fim de atingir o que se deseja (TELFER, 2004).

Com isto, fica entendido que, embora a hospitalidade exista nas relações onde não há interesse nas de quem dá para com aqueles que irão receber, a hospitalidade comercial pode existir, mesmo que com a troca financeira, desde que haja um ato sincero daquele que está vendendo um serviço com a satisfação e felicidade de quem está pagando. Ao prestar um serviço onde haja uma preocupação sincera com a qualidade do serviço, e este é percebido pelo consumidor, haveria uma dádiva verdadeira, o que assegura a existência da hospitalidade comercial (FAVORITO, 2012).

Quando o ser humano está fora do seu círculo social e de sua área de conforto, a hospitalidade passa a ser uma prática, talvez, mais difícil de ser adotada pelos indivíduos. É necessário alargar as atitudes de acolhimento e de cortesia a todo o próximo (BAPTISTA, 2002).

Em relação aos meios de transporte, os conceitos de hospitalidade comercial são os que mais se encaixam nos tipos de serviços prestados pelas empresas aéreas, de maneira geral, assim como os meios de hospedagem modificaram a visão sobre seus clientes, as empresas transportadoras também estão investindo em mudanças para melhor atender seus usuários.

2.4.3 Hospitalidade nos transportes

A hospitalidade nos meios transportes não se limita apenas ao ato de prestar o serviço. Ela abrange a qualidade do serviço, a qualidade do transporte utilizado (bem tangível) e toda infraestrutura que este transporte necessita para se locomover (DALPIAZ et al., 2012).

Lickorish e Jenkins (2000), assim como outros autores, definem os transportes como o meio de chegar a um destino, ou nas mais diversas circunstâncias, também pode ser considerado a própria experiência de turismo. No processo de globalização, fica ainda mais evidente essa ligação, ou seja, a dependência entre o transporte, empreendedores e o público atendido. O fluxo de desenvolvimento local e regional depende da rede de transporte e, cada vez mais, a qualidade de vida urbana está associada à mobilidade, inclusive nas suas ofertas de lazer e de turismo.

Escriche (2010) ressalta que um transporte público de qualidade articula territórios. Para alcançar a funcionalidade turística, a organização de um território necessita de estratégias de aproveitamento das sinergias presentes no espaço, tais como a relação entre o turismo, transporte e território.

Deve-se levar em consideração o transporte como um serviço em que sua relação com os processos de gestão e a cultura da comunidade local, caracteriza o que Perazzolo e Santos (2012) chamam de corpo coletivo acolhedor, onde moradores e turistas podem se sentir atendidos em suas necessidades e expectativas humano-sociais. Ainda segundo as autoras, o fenômeno do acolhimento e as práticas da hospitalidade estão limitadas, devido alguns elementos e aspectos da sociedade, como o conjunto dos serviços oferecidos no âmbito das relações internas e externas (o que inclui transporte, alimentos, vestuário, calçados, restaurantes, hotéis, farmácias,

hospitais, segurança, escolas etc.) que constituem o corpo comunitário, onde através dos mesmos que ocorrem as transações diretas das práticas de dar e receber, o órgão gestor, que pode ser de natureza privada ou pública (serve para administrar os recursos disponíveis, apresentando os elementos básicos de infraestrutura e de manutenção, para o desenvolvimento do corpo social e promovendo as condições estruturais e funcionais necessárias as demandas) e o capital cultural, conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pela comunidade.

Com a compreensão da hospitalidade e suas dimensões coletiva e urbana, para além da mobilidade, que pode ser entendida como um fator de desenvolvimento cultural e de estabelecimento de elos humano-sociais, e de seu importante papel no desenvolvimento pessoal, a acessibilidade de todas as diferentes atividades na comunidade, se torna um elemento de coesão social e assim, fundamenta o direito ao transporte como um condição de igualdade de oportunidades para todos (CONSEIL NATIONAL DES TRANSPORTS, s. d.), o que implica em minimizar obstáculos como informacionais, tarifários e físicos, relativos aos modos de deslocamento.

2.4.4 Colaboradores e a gestão da hospitalidade nas companhias aéreas

As relações de trabalho e a de gestão de recursos humanos são dois aspectos do relacionamento entre empresa e empregado, que refletem a maneira como as empresas se relacionam com seus funcionários. A relação de emprego é especialmente importante no setor de transporte aéreo, devido a natureza intensiva do serviço, a alta proporção do custo de mão de obra que integra os custos totais e alto nível de representação na indústria (BELOBABA; BARNHART, 2009). Os funcionários têm a capacidade de afetar o desempenho das companhias aéreas de maneiras significativas, podem ser tanto positivos quanto negativos. Além disso, os empregados podem impor custos adicionais no processo de fixação dos salários e condições de emprego, através de greves ou outras interrupções do serviço. Ao mesmo tempo, funcionários podem adicionar um valor significativo, com um potencial de desempenhar um papel importante na redução de custos unitários, por meio de seus esforços e

ideias para aumentar a produtividade, papel de destaque na prestação de serviços de qualidade, bem como interação amigável e apropriada com os clientes (BELOBABA; BARNHART, 2009).

Belobaba e Barnhart (2009) ressaltam que os funcionários da linha de frente desempenham um papel primordial na obtenção de resultados de qualidade e produtividade no setor de transporte aéreo. Como resultado, companhias aéreas ao redor do mundo buscam vantagens para sua gestão de trabalho, empenhando-se para obter bons custos e serviço superior ao esperado pelo cliente. Entretanto, há uma grande variedade de vantagens e meios para alcançá-las, e deve-se ter em vista que algumas são mais eficazes que outras.

Lashley e Morrison (2004) relatam que a identificação, o recrutamento, o treinamento e a capacitação dos indivíduos para serem hospitaleiros será fundamental no estabelecimento de uma base consistente de clientes fiéis.

Podemos destacar que algumas empresas turísticas reconhecem o papel de seus colaboradores frente ao atendimento das expectativas dos clientes, onde podemos citar empresas como Disney, Marriott, Ritz Carlton, British Airways, Singapore Airlines, sendo as duas últimas companhias aéreas (MANOSSO, 2011).

A necessidade de rever os serviços prestados e colocar o cliente como o centro do sistema, oferecendo serviços diferenciados é fundamental para conquistá-los, contemplando sempre os interesses da comunidade local e evitando ou prevendo possíveis conflitos que possam causar a inviabilidade do destino turístico (DALPIAZ et al., 2012).

O treinamento do elemento humano faz parte da arte do bem servir e receber, e se torna essencial, considerando que o tratamento recebido pelo turista é gerador de uma imagem positiva ou negativa, seja da empresa ou de um destino. A qualidade dos serviços prestados não atende apenas por dominar as técnicas de atendimento com qualidade, deve ser uma prática constante, e todos os colaboradores devem ser capacitados, de maneira que possam proporcionar maior satisfação de seus clientes (DALPIAZ et al., 2012).

Sendo assim, todo o processo de acolhimento do cliente (hospitalidade) e por consequência, a rentabilidade da empresa, depende muito do elemento

humano. "A demanda é humana e a oferta depende fundamentalmente do elemento humano", (CASTELLI, 2001, p.36).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Nesse capítulo, serão apontadas as escolhas metodológicas para o processo e investigação da pesquisa, que procurou identificar como as companhias aéreas trabalham a questão da hospitalidade no Aeroporto Afonso Pena e seus reflexos na demanda de usuários do terminal. Além do aspecto documental bibliográfico, os dados originados através da pesquisa realizada, serão apresentados e interpretados para um melhor aproveitamento dos mesmos.

Para a construção e desenvolvimento de um projeto, é fundamental que um pesquisador vise obter resultados satisfatórios, buscando-os através dos procedimentos metodológicos. O método apresenta-se como um conjunto de atividades sistêmicas e racionais que nos dão segurança para alcançar o objetivo, detectando erros e auxiliando nas decisões do pesquisador (LAKATOS e MARCONI, 2003, p. 83). Através da metodologia, a ponderação e a aquisição tornam-se plausíveis de referência teórica confiável para composição de uma pesquisa. Os procedimentos metodológicos também podem ser caracterizados como a explicação meticulosa, detalhada e rigorosa das ações desenvolvidas ao longo da pesquisa (POPPER, 1974 apud MANOSSO, 2011).

3.1 TIPO DE PESQUISA

Ao levarmos em consideração o grande número de métodos e técnicas, torna-se apropriado classificá-los. São diversos os sistemas de classificação que podem ser adotados, e para este trabalho em questão, os métodos são divididos em dois grupos: os que viabilizam as bases lógicas da investigação científica e os que elucidam acerca dos procedimentos técnicos que poderão ser utilizados (GIL, 2008). Essa classificação também é citada por Lakatos e Marconi (2003, p. 80), que apresentam métodos de abordagem e métodos de procedimentos.

3.1.1 Quanto a finalidade

Dencker (1998) apresenta o modelo de pesquisa aplicada, tendo como objetivo gerar conhecimento para aplicação prática, ocasionando a solução de problemas específicos e com formato de resultado prático em termos econômicos. Vergara (1990) também discorre sobre pesquisa pura e aplicada, sendo que a pura se difere pelo fato de ser teórica, ou seja, apenas para satisfazer a curiosidade intelectual, de difícil aplicação prática, o que não caracteriza a presente pesquisa. Enquanto a aplicada é movida pela necessidade de resolver problemas mais concretos. Portanto, esta pesquisa qualifica-se pela natureza aplicada, de acordo com a definição dos autores apresentados.

3.1.2 Quanto aos objetivos

O presente trabalho identifica-se como uma pesquisa exploratória, tendo como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, visando a formulação de problemas mais objetivos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Frequentemente envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas e estudo de caso. Procedimentos que abrangem amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados, habitualmente não são aplicados neste modelo de pesquisa (GIL, 2008). De acordo com Gil (2008, p. 46) pesquisas exploratórias são desenvolvidas com a finalidade de viabilizar uma visão geral acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa, normalmente é realizada quando o assunto relatado é pouco explorado, dificultando na formulação de hipóteses.

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.188) a finalidade do problema tem tríplice vertentes: gerar desenvolvimento de hipóteses, familiaridade do pesquisador com o tema, com intuito de realizar futuros estudos e remodelar e esclarecer conceitos. As autoras também citam métodos como entrevistas e análise de conteúdos, muito presentes em pesquisas de caráter exploratório.

3.1.3 Quanto a abordagem

A pesquisa caracteriza-se pela natureza qualitativa, que de acordo com Gerhardt e Silveira (2009), preocupa-se com o estudo aprofundado de um grupo social, organização e outros, a fim de melhor compreendê-los, sem dar grande importância à representação numérica. Considerando essa abordagem, o objetivo da pesquisa qualitativa é produzir informações aprofundadas e ilustrativas que possam gerar novas informações, a partir de aspectos da realidade que não podem ser quantificados, concentrando-se na compreensão e dinâmica das relações sociais. Sendo assim, o estudo em questão encaixa-se nesse método de pesquisa, pois se propõe analisar o ambiente natural como fonte direta de dados, valorizando o contato direto do pesquisador com o ambiente, onde um fenômeno pode ser mais bem observado e compreendido no contexto em que ocorre (GODOY, 1995).

3.1.4 Quanto aos procedimentos e construção de instrumentos para coleta de dados

A partir dessa classificação, serão apresentados a forma como os dados foram coletados, como a análise foi realizada e a interpretação dos resultados, ressaltando que todos os métodos são não excludentes, ou seja, há possibilidades da adoção de mais de uma forma de procedimento.

O primeiro método aplicado é a pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir de material já produzido, embasada principalmente de livros e artigos científicos (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 37). A vantagem da pesquisa bibliográfica está no fato de que possibilita ao pesquisador abranger maior número de fenômenos, em uma escala mais ampla, especialmente comparado aos fatos que o investigador tem acesso através da pesquisa direta. Lakatos e Marconi (2003) também conceituam a pesquisa bibliográfica com base em documentos, citando até mesmo meios de comunicação como televisão e rádio, com o intuito de colocar o pesquisador em contato com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto.

Lakatos e Marconi (2003) citam outros autores para reforçar que a pesquisa bibliográfica não oferece meios apenas para definir e resolver problemas já existentes, mas também auxilia na exploração de novas áreas, onde os problemas não são claramente visíveis, permitindo assim, que o pesquisador reforce a análise de suas pesquisas, de forma que proporcione abordagens diferentes das já apresentadas, chegando a conclusões inovadoras. Muito semelhante ao método citado acima, também foi realizado a pesquisa documental, que se difere da bibliográfica pelo fato de que os materiais não receberam ainda um tratamento analítico (GIL, 2008).

A terceira ferramenta utilizada foi o estudo de campo, que dá ênfase ao aprofundamento das questões propostas, e como consequência o planejamento desse estudo apresenta maior flexibilidade, podem ocorrer mesmo que os objetivos sejam reestruturas ao longo da pesquisa (GIL, 2008, p. 57). A princípio, foi definido também o uso do método de observação para auxiliar na coleta de dados. Toda via, essa ferramenta mostrou-se pouco necessária, considerando que aspectos importantes do processo de atendimento e da relação funcionários de aviação civil e usuários do terminal, poderiam ficar ausente da pesquisa, como por exemplo o registro de diálogos e interação do objeto de estudo, que tornar-se-iam mais difíceis de serem interpretados e documentados com a observação a distância, geram falhas no processo.

Quanto a pesquisa de campo, caracteriza-se pela investigação que, além de documental e bibliográfica, também utiliza a coleta de dados junto a pessoas, e como recurso para o estudo, foram realizadas entrevistas com os colaboradores das empresas aéreas. A entrevista é um método flexível de obtenção de informações qualitativas. Método que requer um bom planejamento e habilidade do entrevistador para seguir um roteiro de questionário, com a possibilidade de variações, caso necessário durante o questionário. O processo de desenvolvimento de questões para entrevistas deve considerar aspectos como a linguagem adaptada ao nível do entrevistado, deve ser evitado questões longas, ter um referencial básico para a entrevista e sugerir todas as respostas possíveis para uma questão, ou simplesmente nenhuma (BARBOSA, 2008, p.2).

Com essa finalidade, foram feitos testes, aplicados a empresa aérea que não se adequava nos quesitos para pesquisa, devido à realização de voos internacionais por parte da empresa, onde dois funcionários participaram da aplicação. Foi levado em consideração que o questionário tinha como base apenas empresas de voos nacionais. As questões mostraram-se adequadas para a pesquisa, não necessitando de grandes alterações, que pudessem mudar os sentidos das questões.

3.1.5 Tabulação e interpretação dos resultados

Para Marconi e Lakatos (2003) a tabulação é a disposição dos dados, possibilitando e facilitando a verificação das inter-relações entre eles. Esse processo permite a sintetização dos dados observados, onde podem ser melhor compreendidos e interpretados mais rapidamente. Ainda de acordo com as autoras, a análise é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o objeto de estudo e outros fatores. Por fim, a interpretação é a busca de um significado amplo das respostas, vinculando-as a diversos conhecimentos, significa expor o verdadeiro material apresentado.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo será apresentado a análise dos resultados da pesquisa e a discussão dos mesmos. Os resultados serão utilizados como base para um posterior projeto de turismo, a ser apresentado nos capítulos seguintes. A seguir, uma breve descrição acerca da caracterização do local de objeto de estudo, o Aeroporto Internacional Afonso Pena, seguido da análise dos resultados obtidos por meio das entrevistas aplicadas aos colaboradores das empresas aéreas nacionais que operam neste terminal.

4.1 ANÁLISE E DISCUSSÃO

A pesquisa foi realizada nos dias 17, 18, 20 e 21 de julho e contou com a participação de 25 colaboradores das quatro empresas aéreas nacionais que operam no terminal, de variados turnos. Os funcionários e as companhias não foram autorizados a se identificar, sendo assim, as empresas foram distinguidas por letras e os colaboradores por números, de acordo com as ordens de entrevistas por cada empresa. As funções dos colaboradores variaram entre agente de aeroporto, agente de vendas, agente de atendimento e despachante operacional, todos com contato direto com passageiros das companhias.

A tabela de informações a seguir tem o objetivo de apresentar os resultados atingidos através da aplicação de entrevistas aos colaboradores de empresas aéreas no Aeroporto Afonso Pena, a partir de pesquisa qualitativa estabelecida na metodologia.

QUADRO 1 – ENTREVISTAS COM FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS AÉREAS

Companhia Aérea	Número de colaboradores	Turno entrevistado
A	10	Manhã
B	10	Tarde
C	1	Tarde
D	4	Noite

Fonte: A autora (2018).

Como pode-se observar, há diferenças no número de entrevistados para a pesquisa. As duas primeiras em questão, A e B respectivamente, foram as mais receptivas, aceitando com maior facilidade o convite para realização do estudo. As duas últimas companhias a princípios haviam negado autorização, voltando atrás mediante novo convite. Com a análise dos dados, pode-se constatar que os colaboradores, em sua maioria, e em especial das empresas C e D, tiveram certa objeção a entrevista, o que conota a diferença no número de entrevistados por companhia, dificultando o estudo, uma vez que a participação dos colaboradores é peça fundamental para a realização da pesquisa, que tem como objetivo elaborar proposta de treinamento aos colaboradores das companhias aéreas com estratégias que facilitem a relação entre transportadoras e usuários, com ênfase na hospitalidade que rege as relações dos setores de transportes e turismo.

4.1.1 Percepção dos colaboradores de empresas aéreas a respeito das questões

Ao analisar os resultados da questão número 1, que se refere a visão do colaborador quanto a qualidade da relação passageiro e profissional da aviação como fator determinante para o sucesso da empresa e suas respectivas justificativas, observa-se que há unanimidade de concordância para o fato de que a qualidade é elemento de sucesso para a empresa, acompanhado da justificativa mais citada como sendo determinante para que o passageiro volte, gerando uma possível fidelização. Dentre outras justificativas estão a de que o cliente é a base da empresa, inclusive o que paga os custos e gera a renda dos colaboradores, assim mantendo-os no mercado. Alguns poucos colaboradores citaram que para certos passageiros o tratamento conta mais do que conforto ou a infraestrutura fornecida pela empresa.

Ao analisar as respostas, identifica-se a perspectiva do colaborador quanto a relação deles como parte da empresa e os usuários do transporte aéreo, nota-se uma visão positiva acerca dessa relação e crítica, sendo esse

um aspecto otimista, uma vez que os colaboradores têm consciência da importância dessa relação para a empresa e para si mesmos, como funcionários e agentes de operação.

Ao analisarmos a questão de número 2, acerca da existência de conteúdo formal e informal apresentado por parte das empresas sobre as relações entre usuários do transporte e profissional da aviação, quase todos afirmam terem recebido informações formais, através de manuais, tanto da própria companhia como os da Agência Nacional de Aviação Civil, também conhecida como ANAC, sobre como zelar pela relação com usuários. Apenas 1 entrevistado afirma não ter recebido manual e sim ter aprendido com orientações repassadas de outros colaboradores, porém, deve-se considerar que durante a entrevista o colaborador ressaltou ser novo na empresa, o que pode justificar o fato de apenas esse funcionário ainda não ter recebido um treinamento completo.

Metade afirma que além das existências de manuais que regem as relações, também receberam treinamentos através de cursos, alguns poucos citaram programas como o Procedimento Operacional Padrão, ou como é conhecido entre os entrevistados, o POP, que instrui funcionários a se identificarem pelo nome e realizar conversas de maneiras informais, dentro dos padrões estabelecidos pela empresa, para que o passageiro sintasse-se mais a vontade no tratamento. A respeito dos conteúdos informais, poucos citaram os briefings realizados diariamente pelas companhias, onde instruções e informações são repassadas de maneira informal durante as reuniões. Muitos informaram que a própria relação na prática se dá de maneira informal, situações que exigem do colaborador certa experiência, adquirida apenas com o tempo e informações oriundas de outros acontecimentos, sendo passado de um para o outro, de acordo como as particularidades de cada situação. Apenas 2 discordaram ao confirmar não haver conteúdo informal.

A questão de número 3 procura expor como as empresas aéreas reconhecem seus funcionários, levando em consideração que são importantes recursos da empresa, especialmente se tratando da relação usuários e profissionais da aviação, citada nas questões anteriores.

De acordo com os entrevistados, todas as empresas de alguma forma reconhecem a importância do indivíduo que está a frente da empresa na hora

de tratar com os clientes. Nessa questão, evidencia-se a diferença entre as companhias no reconhecimento ao valor dos funcionários, onde metade dos representantes da companhia A citam receber participações de lucro ao atingirem metas da empresa, outros colaboradores também apontaram a existência de políticas que valorizam os funcionários, como programas internos que dão destaque aos melhores funcionários de cada mês, café da manhã uma vez ao mês, prêmios e festas de incentivo.

Funcionários da empresa B também citam metas e ganho de bônus através de campanhas internas com benefícios, além de políticas motivacionais aos funcionários, porém ressaltam que não há participação de lucro ou reconhecimento monetário, 2 colaboradoras da empresa demonstraram descontentamento, alegando que a empresa deixa a desejar com os funcionários ou que já houve melhores maneiras para demonstrar a importância de seus empregados. As demais companhias também estabelecem políticas de valorização aos funcionários, onde também são citados canais de suporte para dúvidas e assistência a quem tem problemas como alcoolismo e outros.

A questão número 4 buscou compreender se na visão dos colaboradores, a qualidade do serviço e a hospitalidade podem influenciar na escolha da empresa aérea e quais suas justificativas para tal visão. Dos entrevistados, 10 funcionários relacionaram a hospitalidade e qualidade no serviço com a questão da fidelização, relatando casos de passageiros que já deixaram de voar com alguma empresa por preferência aos serviços e atendimento de outra, portanto, um serviço de qualidade e boa hospitalidade fazem com que o cliente volte. O segundo tópico mais discutido foram os preços, 8 colaboradores comentaram sobre o fato de que muitos passageiros preferem serviço de qualidade e hospitalidade do que pagar mais barato por serviços inferiores nos mesmos quesitos. A justificativa, de acordo com os próprios entrevistados, se dá para o fato de que no cenário atual, os preços não são tão competitivos, fazendo com que o atendimento seja um dos diferenciais. Poucos colaboradores também observaram que a qualidade e hospitalidade auxilia na criação da imagem da empresa, sendo essa uma tendência, focar na imagem e nos serviços de qualidade, não apenas nos produtos.

A quinta pergunta propiciava ao entrevistado refletir se a hospitalidade é um fator característico do ser humano, e sendo assim, fazendo-se presente de forma espontânea no atendimento, sem necessidade de treinamento. Todos concordaram com o fato de ser uma característica do ser humano, porém, mais da metade ressaltou a necessidade de treinamento para aperfeiçoar tal aspecto. Poucos ainda observaram a questão da região, levando em consideração a hospitalidade como característica, isso muda de acordo com a região, seja do país ou até em nível internacional, 1 entrevistado ainda destacou a importância e necessidade que as empresas têm em “fazer com os funcionários falem a mesma língua”, referindo-se a criar um padrão de serviço a ser aplicado pela empresa, independente do lugar que opera, outro entrevistado alegou, que nesse caso a hospitalidade é mais uma das formas de criar a identidade da companhia. Alguns ressaltaram que mesmo com tal característica, nem todos sabem lidar com os clientes da maneira correta, especialmente levando em consideração que há passageiros que precisam de atenção especial. Poucos justificaram a necessidade de treinamento apontando o fato de que é mais fácil ser hospitaleiro com alguém que conhecemos, mas ao lidar com passageiros, alguns funcionários perdem a desenvoltura. Apenas 2 entrevistados discordaram da necessidade de treinamento, alegando que tal aspecto não pode ser aperfeiçoado.

A questão de número 6 pedia aos entrevistados para expor exemplo de ações que possam preparar o profissional para abordar a relação entre passageiro e profissional da aviação. A partir do ponto de vista dos entrevistados, quase todos avaliam que há ações que podem ser realizadas, além de citar como exemplos dinâmicas para reforçar e melhorar o atendimento, mural com informações, pesquisas, porém a ação mais comentada foi o treinamento. Muitos relataram a existência de treinamentos por parte das empresas, mas ainda sim ressaltaram há necessidade de tratar melhor de certos aspectos, citando treinamentos motivacionais ou mais voltado ao atendimento, de acordo com 1 dos entrevistados, a justificativa se dá por conta de que o mais atinge o ser humano é ele mesmo, o interpessoal. Alguns acrescentaram que a prática, ou repetição de situações, é o melhor tipo de ação para que o funcionário mantenha o padrão, 3 colaboradores concordaram que existem ações a fim de compor uma boa abordagem, porém

argumentaram não lembrarem de tais exemplos no momento e apenas 1 pessoa alegou discordância, sob a justificativa de que não há ações que possam mudar como uma pessoa é.

A antepenúltima questão, de número 7, buscou entender qual a visão do colaborador a respeito da infraestrutura aeroportuária fornecida no terminal Afonso Pena e se isso afeta a experiência do passageiro. Todos concordaram que afeta, alguns poucos utilizaram comparação com aeroportos menores como exemplo, mencionando que nesses locais, devido ao menor porte, há mais filas, menos assentos e espaços, que causam problemas, especialmente em horários de pico. Alguns funcionários ainda lembraram o fato que o Aeroporto Internacional Afonso Pena foi eleito o melhor pelos passageiros em recente pesquisa do Ministério dos Transportes, Portos e Aviação Civil. Segundo dos entrevistados, bons exemplos de infraestrutura são maior espaçamento entre os portões, para evitar aglomerações, lugares confortáveis para espera, infraestrutura para deslocamento, especialmente em dias de chuva, opções de comércio, maiores opções de voos, incluindo mais empresas operando. A principal justificativa é que não afeta apenas a experiência do passageiro, como também atinge a relação do usuário com a empresa, muitos relataram que ao não ter suas necessidades correspondidas, o passageiro tende a culpar a companhia aérea, não a empresa responsável pela infraestrutura do prédio, no caso a Infraero. De acordo com 1 dos colaboradores, aqui a maior dificuldade é questão dos aparelhos que envolvem a torre de controle, em decorrência do grande número de restrições meteorológicas em Curitiba.

A penúltima pergunta buscou apresentar quais fatores externos, ou seja, elementos que não podem ser alterados pelas companhias aéreas, mais afetam a relação entre usuários e passageiros. Mais da metade dos entrevistados assimilou essa questão com o clima, como sendo o que mais afeta em Curitiba. Sabe-se que o aeroporto da capital paranaense foi utilizado como base militar durante a Segunda Guerra. Por essa razão, foi construído sobre uma região de forte nevoeiro, o que era militarmente uma boa estratégia, não dias atuais, é comercialmente prejudicial aos negócios, em especial no inverno, quando as temperaturas caem e a tendência são maiores e mais intensos períodos de restrição meteorológica. Outro fator que atinge a relação

são as normas, segunda justificava mais comentada, com foco para as normas da ANAC, que mudaram recentemente e tem gerado mais dúvidas, 1 dos entrevistados ainda destacou que há muita falha na comunicação entre essas empresas, ANAC, Anvisa e outros, e companhias aéreas, o que acaba por gerar ainda mais conflitos na relação com os usuários, onde por vezes a empresa aérea fica mal vista pelos passageiros ao cumprir normas de entidades superiores. Equipamentos de navegação e tecnologia também foram citados por alguns colaboradores, assim como questões de documentação.

A última questão trata-se de fatores externos que podem afetar o desempenho do profissional da aviação. Quase todos mencionaram acontecimentos da vida pessoal e saúde como maior motivação que recai sobre possíveis mudanças de comportamento dos profissionais. Alguns relataram que tentam repassar aos supervisores quando identificado algum problema com algum colaborador, para que seja feito acompanhamento. De acordo com relatos, a aviação é um setor que envolve muita pressão, procedimentos incorretos podem afetar até mesmo a segurança de um voo. Outros assimilaram que possíveis tensões, no próprio ambiente de trabalho pode alterar o comportamento de funcionários, muitos ressaltaram a necessidade de saber lidar com as situações, por essa razão há treinamentos e suporte.

5 PROJETO DE TURISMO

Alencastro (2017) define o projeto como a metodologia científica mais apropriada para a permanente construção do fazer, através de etapas, capaz de possibilitar a elucidação de problemas. Dessa forma, o presente capítulo apresentará o projeto de turismo proposto, que compõe um programa de treinamento para que os colaboradores de empresas aéreas possam, através da hospitalidade, facilitar a relação entre transportadoras e usuários. O capítulo atual abordará de que forma o programa de treinamento será trabalhado e aplicado nas empresas aéreas, visando o melhor cumprimento e resultado para o processo.

5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO: PROGRAMA DE TREINAMENTO

Diante dos resultados obtidos através das entrevistas, foi possível verificar de forma mais detalhada e aprofundada como funciona a relação entre profissionais da aviação civil e usuários de transporte aéreo no terminal Afonso Pena. Sendo assim, pôde-se identificar e analisar a visão que o próprio colaborador tem, acerca da relação e dos demais elementos que tratam dessa conexão.

Diante dos argumentos apresentados, sugere-se o desenvolvimento de um programa de treinamento para os colaboradores, de forma permanente, a fim de elucidar as principais questões dos empregados a respeito da hospitalidade, e principalmente capacitar os colaboradores no desenvolvimento dessa habilidade. Ao longo das entrevistas, os servidores ressaltaram alguns aspectos, já apresentados no capítulo anterior, que serão fundamentais para a construção do projeto, partindo de uma visão mais abrangente ao que se refere a eficácia do que será proposto.

As questões apresentadas a partir das entrevistas e que justificam o uso de tal metodologia são as dispostas a seguir: entende-se que os colaboradores têm consciência da importância da relação cometida entre funcionários e usuários do transporte e terminal, porém há divergências a respeito do termo

hospitalidade. Vários relataram que a empresa que possui colaboradores com tal habilidade, torna-se mais atrativa no mercado, gerando possível fidelização. Entretanto, apesar de todos concordarem com o fato de ser uma característica humana, alguns salientaram que não há como desenvolver essa capacidade, em caso de falta, enquanto muitos descreveram a necessidade do aperfeiçoamento, justificando que todos somos capazes de ser hospitaleiros, porém em diferentes níveis, onde alguns obtêm maior destaque, comparados a outros. Considerando tais argumentos, a principal forma de aperfeiçoamento relatada foi através de treinamento; a possibilidade de maior acompanhamento aos funcionários a questões referentes ao ambiente não aeronáutico, como por exemplo, meio familiar e questões pessoais, que afetam diretamente o comportamento do colaborador, e por consequência seu desempenho no ambiente de trabalho, com monitoramento através de treinos motivacionais; geração de conhecimento prático, para situações vivenciadas no dia a dia do terminal.

Apresentados os argumentos, o programa de treinamento terá como objetivo melhorar a qualidade no atendimento aos usuários do Aeroporto Afonso Pena, tendo impacto direto na relação com a empresa, estabelecida por meio dos funcionários, permitindo assim, possível fidelização e elevando os lucros das empresas que utilizarem o programa. A proposta tem como visão treinar os colaboradores com a finalidade de aprimorar sua capacidade hospitaleira. Treinamento esse que possibilitará aos funcionários um melhor desenvolvimento de suas funções diretamente ligadas ao público, criando mecanismos facilitadores para essa relação e agregando valor quanto a satisfação dos usuários.

Para a realização e execução do programa, serão apresentados a seguir as etapas e recursos fundamentais.

5.1.1 Etapa 1: Criação de conteúdo

O programa de treinamento será formado por um curso básico apresentando o conceito de hospitalidade, como por exemplo, o que é e qual a

importância para a atividade exercida no ramo aéreo, além de breve introdução a conceitos gerais de hospitalidade comercial e/ou empresarial, com exemplos de empregabilidade do termo no dia a dia do ambiente aeronáutico. Partindo para o segundo conteúdo a ser trabalhado, de forma mais específica, teremos um material com enfoque na hospitalidade comercial, expressão que, com base no referencial teórico pesquisado, é o que mais se encaixa na realidade descrita pelos colaboradores. O segundo material partirá do princípio de serviços aeronáuticos a hospitalidade no transporte aéreo, dando ênfase na importância para a experiência do usuário do terminal e na qualidade percebida através dos resultados do treinamento.

O terceiro conteúdo a ser produzido trará um treinamento motivacional, com base nos principais argumentos relatados pelos colaboradores a respeito de incentivo pessoal e acompanhamento para questões voltadas ao aspecto não aeronáutico. Material com aprendizagem para suporte em situação onde os próprios funcionários serão capazes de identificar questões que possam estar afetando diretamente o desempenho próprio ou de colegas e que possam ter origens fora do ambiente aeroportuário, ajudando assim, no reconhecimento da necessidade de outros tratamentos para os quais os funcionários possam ser indicados.

O quarto treinamento envolve outra questão bastante pontuada durante as entrevistas, que foram as situações práticas do cotidiano no terminal. De acordo com os apontamentos dos funcionários, há maior necessidade de trabalhar possíveis situações, com a finalidade de melhor preparar os profissionais e prever acontecimentos, aproveitando suas habilidades e desenvolvendo-as, seja através de exemplos e/ou repetição do cotidiano para aperfeiçoamento. O conteúdo terá finalidade de aplicação prática, podendo envolver atividades como simular situações e expor aos funcionários a visão de um usuário.

Todos os materiais serão disponibilizados através de vídeo aulas e cada conteúdo tem previsão de cerca de uma hora, totalizando quatro horas aula, com certificado digital ao final da realização do curso.

5.1.2 Etapa 2: Plataforma de hospedagem para conteúdo

Através de uma plataforma de hospedagem de cursos online, a Udemy, fundada em 2010 por Eren Bali, Oktay Caglar e Gagan Biyan, três turcos, é possível gerar conteúdo de aprendizagem e disponibiliza-lo online por custos acessíveis (UDEMY, 2018). A plataforma Udemy é especializada em cursos digitais, oferecendo os mais variados tipos de aprendizados. Divide-se em nove grandes categorias, as quais inclui desenvolvimento, negócios, TI e software, produtividade no escritório, desenvolvimento pessoal, design, marketing, saúde e fitness e música. A especificação na qual o conteúdo disposto mais confere é a de recursos humanos, inserida na classificação de negócios. O sistema de suporte também oferece aplicativo para sistemas Apple IOS e Android, caso o aluno queira acessar por meio de dispositivo móvel (HEUSSNER, 2013). A compra do conteúdo permite o acesso ilimitado e permanente.

A justificativa do uso de tal plataforma se dá pelo fato de que há a possibilidade de mais pessoas, ou seja, fora do ambiente aeronáutico, como por exemplo, motoristas e transportadores particulares, cooperativas de taxis e outros meios de transporte, e demais interessados no assunto, possam ser atraídas pelo conteúdo e ter acesso, gerando maior distribuição do mesmo, assim como a facilidade de obter o conteúdo e produção do material, devido ao apoio oferecido pelo site para a criação de material, além do baixo custo.

Ao todo, são quatro etapas descritas no site, para a realização do curso, sendo elas: planejamento, onde de acordo com o site, deve-se decidir a temática do curso, público alvo e criar base estrutural do curso, a segunda etapa descrita é a produção, com dicas e vídeos fornecidos pela própria equipe do site para auxiliar o instrutor, seguido da etapa de ajustes, como nome para o conteúdo e estabelecimento de preços e por fim, a publicação do treinamento na plataforma.

5.1.3 Etapa 3: Organização e aplicação do projeto

A terceira etapa envolve organizar dias e horários para que os todos funcionários possam realizar os cursos. Considerando os turnos trabalhados,

sendo eles manhã, tarde e noite, bem como os dias com maior movimentação no terminal, sendo eles sexta, sábado e domingo, quando toda a equipe presente deve estar disponível para atender o aumento de demanda, a aplicação será feita da seguinte forma:

QUADRO 2 - CRONOGRAMA DE APLICAÇÃO DE TREINAMENTO

Turno	Segunda	Terça	Quarta	Quinta
Manhã	7h às 8h		7h às 8h	
Tarde		14h às 15h		14h às 15h
Noite	20h às 21h		20h às 21h	

FONTE: A autora (2018).

Os horários dispostos no cronograma apresentado estão de acordo com as horas de menor fluxo no terminal, possibilitando a ausência temporária de colaboradores da equipe para que realizem o treinamento, a fim de gerar o menor impacto nos procedimentos operacionais das empresas. O intuito da realização do treinamento durante período de atividades dos colaboradores é devido ao fato do interesse das empresas em oferecer capacitação aos funcionários, bem como infraestrutura para sua realização. Porém, como apresentado no tópico anterior, há a possibilidade das aulas serem acompanhadas por meios online ou aplicativos para aparelhos móveis.

Equipes de até dez colaboradores serão escalados por vez, ficando a critério do supervisor encarregado do momento a escolha e encaminhamento dos funcionários, sendo uma companhia a cada semana. Devido a grande rotatividade de funcionários nas empresas, faz-se necessário repetir o processo, até que todos os funcionários das companhias sejam treinados.

Quanto a infraestrutura, há auditórios de treinamento no setor administrativo do aeroporto, capaz de suprir as necessidades para a aplicação do programa. A sala mais indicada fica no segundo andar do prédio e comporta uma equipe de até 15 pessoas, com computadores disponíveis para uso, sendo conhecida como Sala de Educação a Distância, ou Sala EAD.

5.1.4 Descrição dos recursos e custos que envolvem o projeto

Para a realização do projeto, a autora do mesmo tem como missão entrar em contato com empresas que apliquem treinamentos em companhias aéreas, como por exemplo Infraero e ANAC, com a finalidade de oferecer o produto e fechar contrato com alguma empresa. Para a aplicação efetiva, é necessário a utilização de sala com computadores, disponibilizadas pela Infraero, no setor de administração. Não há a necessidade de monitoramento constante na aplicação, devido ao curto período de tempo do treinamento e principalmente, ao fato de ser autoexplicativo e de fácil entendimento o processo. Para o acesso a plataforma, basta instruções de como acessar o site do curso, o que será disponibilizado pela autora do projeto.

Ao que se refere a valores, calcula-se que o valor da hora aula custa entre 30 a 70 reais, sendo quatro horas aula no total, gerando um gasto de 120 a 280 reais com instrutor para os vídeos. Também está prescrito a contratação de equipe de filmagem e edição, para gravação dos vídeos. De acordo com orçamento realizado pelos Grupo Irmãos Marios, os gastos estão em torno de 3 mil reais. Dessa forma, é possível identificar o valor aproximado, podendo ser repassado e dividido entre as empresas aéreas, minimizando os custos para companhias.

QUADRO 3 - VALORES E RECURSOS PARA INVESTIMENTO

RECURSOS	EXECUÇÃO	INVESTIMENTO
Filmagem e edição	Grupo Marios	R\$2.500,00 reais
Instrutor para os vídeos	A contratar	R\$120,00 reais à R\$280,00 reais
Sala EAD	Infraero	–
TOTAL		De R\$2.620,00 reais à R\$2.780,00 reais

FONTE: A autora (2018).

5.1.5 Estimativa de retorno

A aplicação do projeto visa aperfeiçoar o atendimento aos usuários do terminal Afonso Pena, e como já foi constatado pelos próprios colaboradores das empresas, um dos diferenciais para a competitividade entre as companhias é o atendimento mais personalizado, atraindo mais clientes, gerando maior lucro para as empresas e possível fidelização, por tanto o lucro se dá de forma indireta para as empresas.

Ao instrutor, é possível que também haja retorno monetário mediante acessos através do site e aplicativo da plataforma, por indivíduos que tenham interesse no conteúdo. Como já citado anteriormente, qualquer pessoa que utilize o site pode ter acesso ao conteúdo. Portanto, ficou estipulado o preço individual de R\$30,00 por assinante do material de forma individual, ou seja, pessoas que não tem vínculos com empresas aéreas. O site garante acesso vitalício após a realização de assinatura. Dessa forma, o lucro maior, para quem produziu, virá do acesso particular, não de empresas aéreas contratantes. Vale ressaltar que o objetivo do projeto não é visar lucros, e sim criar formas de facilitar a relação entre colaboradores e usuários do terminal de estudo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo do trabalho intitulado “Gestão da hospitalidade no transporte aéreo: um estudo de caso das empresas aéreas no Aeroporto Afonso Pena” tinha como base propor um programa de treinamento aos colaboradores de empresas aéreas com estratégias que facilitassem a relação entre transportadoras e passageiros, dando ênfase na hospitalidade que rege as relações dos setores de transporte e turismo. O objetivo teve sua fundamentação a partir de pesquisas teóricas e práticas a respeito de constantes mudanças no transporte e seus reflexos na demanda de usuários. Levando-se em consideração que a maior parte das pesquisas são realizadas a partir do ponto de vista dos usuários, foi elaborado e executado entrevistas somente com funcionários de empresas aéreas nacionais, com a finalidade de elucidar questões dos objetivos específicos e assim, atingir o objetivo geral, tendo como principal ponto de vista o do colaborador.

A delimitação do estudo em questão está relacionada ao Aeroporto Internacional Afonso Pena, porém, nota-se a importância do estudo da hospitalidade nas mais diversas aéreas do turismo, com a finalidade de melhor compreender as já existentes e novas demandas do mercado, levando em consideração a qualidade dos serviços prestados, satisfação dos clientes e até mesmo obtenção de lucro. Nota-se a escassez de pesquisas na área de hospitalidade no transporte aéreo no Brasil, principalmente quando levado em consideração que não há recursos de aprendizagem disponíveis sobre o tema, na plataforma utilizada para hospedar o programa de treinamento que envolve a pesquisa, há apenas poucos recursos de língua inglesa sobre o assunto.

Dentro do que foi trabalhado no presente estudo, o projeto procurou esclarecer os objetivos específicos sendo eles: identificar como as empresas influenciam os colaboradores a respeito da hospitalidade a ser aplicada aos usuários, onde através das entrevistas, foi possível verificar que há tanto conteúdos formais, manuais, quanto informais, estes por meio de comunicação entre os próprios funcionários ou vivência de experiências, que são relatadas entre eles. O segundo objetivo específico menciona a visão do colaborador

acerca da influência que os mesmos exercem na experiência do passageiro, sendo confirmada pela questão de número um da entrevista, apontando uma visão crítica dos funcionários, os quais afirmam estarem cientes dessa relação e de suas influências. O terceiro objetivo procurou estudar a infraestrutura do ambiente aeronáutico e como poderia afetar seus usuários, e através da questão de número sete, verificou-se que o Aeroporto Afonso Pena fornece boa infraestrutura, de acordo com os colaboradores e especialmente se comparado com aeroportos de mesmo porte ou menores.

O quarto ponto a ser analisado tinha como objetivo levantar a existência de materiais que trabalhem a questão da hospitalidade nas empresas, pôde-se observar que há manuais internos, bem como manuais de órgãos públicos – ANAC e INFRAERO – presentes no espaço aeroportuário, que são distribuídos aos funcionários. E por fim, o último objetivo específico era identificar os principais fatores que afetam a relação de usuários e transportadoras. De acordo com a visão dos colaboradores, os principais fatores são clima, fator externo que amo pode ser alterado pelas empresas, porém causa bastante desconforto e atritos e questões de normais, geralmente ligadas a segurança e que devem ser cumpridas.

Ao que diz a respeito das hipóteses levantadas, pôde-se afirmar que os colaboradores afetam diretamente a experiência dos passageiros, bem como existem fatores externos, citados pelos próprios funcionários como, clima e normas que afetam a relação usuários e empresas aéreas, e também obteve-se a confirmação de que fatores externos e paralelos ao ambiente aeronáutico afetam os colaboradores e seus desempenhos na relação com os passageiros, hipótese confirmada através de relatos sobre programas para acompanhamento de funcionários a problemas relacionados ao alcoolismo e/ou outras dependências.

O objetivo geral foi concluído pois, ao confirmar os objetivos específicos e hipóteses, a criação de um treinamento para melhor capacitar colaboradores, mostrou-se viável e necessário, entendendo que o conteúdo aplicado pelas empresas aéreas a respeito da hospitalidade abrange o conceito de forma superficial. Através da confirmação dos objetivos específicos também foi

possível estabelecer métodos para atingir o objetivo geral, assim desenvolvendo o projeto de treinamento. Durante a execução deste trabalho, o estudo limitou-se as imediações do Aeroporto Internacional Afonso Pena, podendo-se expandir o estudo do tema sobre a hospitalidade aplicada pelas empresas, voltado para perspectiva a partir do colaborador, em outros ambientes do setor turístico, como é o caso da hotelaria, onde o conceito da hospitalidade é tratado com maior relevância. Com a realização deste trabalho espera-se contribuir com pesquisas acadêmicas de utilidade nos meios de transporte aéreo e hospitalidade, de forma a cooperar com a comunidade aeronáutica. Também pôde-se verificar a possibilidade de abordagem do tema em futuros estudos, principalmente dando ênfase a visão dos colaboradores das empresas, com a oportunidade de ampliar as pesquisas na área, visando o estímulo da qualidade nos serviços e relações.

REFERÊNCIAS

- ACERENZA, M. A. **Administração do turismo: conceituação e organização**. trad. Graciela Rabuske Hendges. São Paulo: EDUSC, 2002.
- AIRPORT COUNCIL INTERNATIONAL. **Quality of services at airports**. Standards and Measurements. Volume 1, Genebra, 2000.
- ALENCASTRO, L. H. **A aprendizagem por projetos como uma via possível à produção de conhecimento no ensino superior**. Divers@ Revista Eletrônica Interdisciplinar, Matinhos, v. 10, n. 1, p. 28-40, jan./jun. 2017.
- ANAC. **Anuário do Transporte Aéreo 2016**. Brasília, Distrito Federal, 2017. Disponível em: <<http://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/mercado-de-transporte-aereo/anuario-do-transporte-aereo/dados-do-anuario-do-transporte-aereo>> Acesso em: 20/05/2018.
- _____. **Demanda e oferta do transporte aéreo**. 2018. Disponível em: <<http://www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/demanda-e-oferta-do-transporte-aereo>> Acesso em: 11/05/2018.
- ANDRADE, F. R. E; et al. **Mercado doméstico: uma análise do Market Share e do índice de Hirshmann de empresas de transporte aéreo**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.
- ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2001.
- BAPTISTA, I. **Lugares de Hospitalidade**. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas. São Paulo: Manole, 2002, p. 157-164.
- BARBOSA, E. F. **Instrumentos de coleta de dados em pesquisas educacionais**. Programa ser professor universitário, 2008.
- BELOBABA, P. O. A; BARNHART, C. **The Global Airline Industry**. United Kingdom: Wiley; 2009.
- BELTRÃO, O. **Turismo: A indústria do século XXI**. Osasco: Novo Século, 1999.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- BIELSCHOWSKY, P.; CUSTÓDIO, M. C. **A evolução do setor de transporte aéreo brasileiro**. Revista Eletrônica Novo Enfoque, v. 13, n. 13, 2011.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Legislação informativa – Decreto nº 87.348/82 de 29 de junho de 1982 - Publicação Original**. Brasília. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1980-1987/decreto-87348-29-junho-1982-436978-publicacaooriginal-1-pe.html>> Acesso em: 25/04/2018.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. 2 ed, São Paulo: Aleph, Coleção ABC do Turismo, 2004.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. Ed. 9, Caxias do Sul: EDUCS, Coleção Hotelaria, 2001.

CONSEIL NATIONAL DES TRANSPORTS. **Nouveaux rythmes urbains et organisation des transports**. S.d. Disponível em: <<http://www.volubilis.org/wp-content/uploads/2017/01/centre-national-des-transport-le-temps.pdf>> Acesso em: 20/05/2018.

COOPER, C.; *et al.* **Turismo, princípios e práticas**. Tradução Roberto Cataldo Costa. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CRUZ, R. C. A. **Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais**. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). *Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas*. São Paulo: Manole, p. 39-56, 2002.

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

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

ESCRICHE, M. M. **Planificación: transporte, turismo y territorio**. Grand Tour: Revista de Investigaciones Turísticas. N.1, p. 97-119, 2010.

EURAIL. Site Oficial. **Principais destinos**. Disponível em: <<https://www.eurail.com/pt/inspirese/principais-destinos>>. Acesso em: 25/08/2018.

FAJER M. **Sistemas de investigação de acidentes da aviação geral – uma análise comparativa**. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP; 2009.

FARIA, J; F; **O papel do colaborador na gestão de qualidade: pesquisa de campo com profissionais que atuam na área da Qualidade**. In: Integrada, Revista Científica da FACOL/ISEOL. Páginas 18-37, 2016.

FAVORITO, F. **Qualidade de serviços em aeroportos e hospitalidade comercial**. Festival de turismo das Cataratas do Iguaçu, 2012.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T.; **Métodos de Pesquisa**. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS, Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, edição 6, Atlas, 2008.

GODOY, A. S.; **Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.15, n. 2, p. 57 – 63, 1995.

GONÇALVES, D.C. **A relação entre transporte e turismo: o caso do Rio de Janeiro**. COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Engenharia de Transportes, 2008.

GRINOVER, L. Hospitalidade: um tema a ser reestudo e pesquisado. In: DIAS, C. M. Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

HARGREAVES, L.; et al. **Qualidade em prestação de serviços**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

HEUSSNER, K. M. **Exclusive: Udemty lands on mobile so students can learn on the go**. 2013. Disponível em: <<https://gigaom.com/2013/04/02/udemty-lands-on-mobile-so-students-can-learn-on-the-go/>>. Acesso em: 08/10/2018.

INFRAERO. **Aeroporto Internacional Afonso Pena, Curitiba – Características**. Disponível em: <<http://www4.infraero.gov.br/aeroportos/aeroporto-internacional-de-curitiba-afonso-pena/sobre-o-aeroporto/caracteristicas/>> Acesso em: 13/08/2018.

_____. **Relatórios de resultados Anuais**. 2017. Disponível em: <http://www4.infraero.gov.br/media/674585/relatorio_anual_2017.pdf> Acesso em: 20/05/2018.

JONES, P.; LOCKWOOD, A. **Administração das operações de hospitalidade**. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Tradução: Carlos David Szlak, p. 223-250, São Paulo: Manole, 2004.

KELLER, P. Introduction. In **WTO Seminar Proceedings - Tourism and Air Transport**, Funchal, 25 e 26 Maio de 2000.

LA TORRE, F. **Sistemas de Transporte Turístico**. São Paulo: Roca. Tradução: Cláudia Bruno Galvão, 2002.

LAGE, B. H. G. **Turismo: Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. Ed. 5, São Paulo: Atlas, 2003.

LAMPRECHT, J.; RCCI, R. **Padronizando o sistema de qualidade na hotelaria mundial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

LANNA, M. **Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva.** Revista de Sociologia e Política. Curitiba, n.14, p. 173-194, 2000.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.** Tradução: Carlos David Szlak, São Paulo: Manole, 2004.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOCKWOOD, A; MEDLIK, S.; Turismo e Hospitalidade no Século XXI. Ed. 1, trad. Eliana Keeling, John Keeling, Barueri, São Paulo: Manole, 2003.

LOHMANN, G.; CASTRO, R. **Capítulo 1: Transporte e Desenvolvimento de Destinos Turísticos.** In: LOHMANN, G.; FRAGA, C.; CASTRO, R. **Transportes e Destinos Turísticos. Planejamento e Gestão.** Editora Elsevier, São Paulo, 12 de julho de 2013.

LOHMANN, G.; DUVAL, D. **Critical Aspects of the Tourism-Transport Relationship.** Contemporary Tourism Reviews. Oxford: Goodfellow Publishers; 2011.

LOHMANN, G.; FRAGA, C.; CASTRO, R. **Transportes e Destinos Turísticos. Planejamento e Gestão.** Editora Elsevier, São Paulo, 12 de julho de 2013.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão.** São Paulo, Saraiva, 2001.

MALAGUTTI, A. O. **Evolução da Aviação Civil no Brasil.** Brasília: Câmara dos Deputados, 2001.

MANOSSO, F. C. **O Colaborador como gestor das emoções dos hóspedes: o caso do Hotel Quality Curitiba.** Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

MARION, J. C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C. **Monografia para os Cursos de Administração, Contabilidade e Economia.** São Paulo: Atlas, 2002.

MATTOS, S. **Como elaborar objetivos de pesquisa.** 201-. Disponível em: <<http://unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/Como%20elaborar%20Objetivos%20de%20Pesquisa.pdf>> Acesso: 04/05/2018.

McKINSEY & COMPANY. **Estudo do Setor de Transporte Aéreo do Brasil – Relatório Consolidado.** Ed.1. 2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/empr_esa/pesquisa/chamada3/sumario_executivo.pdf>. Acesso em: 09/05/2018.

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

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. **Relatório de desempenho operacional dos aeroportos**. 4º trimestre de 2017, Aeroporto Internacional Afonso Pena. Disponível em: <http://www.transportes.gov.br/images/AVIACAO_CIVIL/PESQUISA_SATISFACAO/2017/Relatrio-trimestral---4-Tri.17---SBCT.pdf> Acesso: 13/08/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **O transporte aéreo no Brasil: panorama geral, avaliação da competitividade e propostas de políticas públicas para o setor**. Campinas, 2006.

NEUMAYR, A. **A prestação de serviços em aeroportos: os modelos de mensuração da qualidade percebida pelos passageiros**. Caderno de Estudo e pesquisa em turismo. Florianópolis, Santa Catarina, 2016, p. 57-73.

OFFICIAL AIRLINE GUIDE. **Punctually League 2018**. Disponível em: <https://www.oag.com/hubfs/Free_Reports/Punctuality_League/2018/Punctuality_Report2018.pdf?hsCtaTracking=355de328-d17a-4f61-9f5b-137270b39310%7Cf2bdd8b5-dbe9-49fd-9563-aa256d348cfa> Acesso: 20/05/2018.

OLIVEIRA, S.M. **Gestão no transporte aéreo: a importância e as contribuições da aviação civil para o Brasil**. Unisul, Palhoça, 2016.

OMT. **Recommendations on tourism statistics**. 2007. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org>> Acesso em: 25/04/2018.

_____. **Tourism highlights, 2016 edition**. 2016. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf> Acesso em: 20/05/2018.

_____. **Why tourism?**. 2018. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>> Acesso: 17/04/2018.

PAGE, S. **Transporte e turismo**. trad. Roberto Cataldo Costa - Porto Alegre: Bookman, 2001.

PAGE, S.; CONNELL, J. **Tourism a modern Synthesis**. London: Thomson, 2006.

PALHARES, G. L. **Transportes Turísticos**. Ed. 2, São Paulo: Aleph, 2003.

PAOLILLO, A.M.; REJOWSKI, M. **Transportes**. São Paulo: Ed. 2, Coleção ABC do Turismo, 2002.

PARK, Y. **Na analysis for the competitive strength of Asian major airports.** Journal of Air Transport Management. Volum 9, number 6, p. 353-360, 2003.

PERAZZOLO, O.A.; SANTOS, M.M.C. **Hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 6, n. 1, jan./abr., p. 3-15, 2012.

PINTO, Victor Carvalho. **A dimensão constitucional da aviação civil.** 2008. Disponível em: < www12.senado.gov.br/.../principios-gerais-da-ordem-economica-a-dime...>. Acesso em: 09/05/2018.

PORTAL EDUCAÇÃO. Resolução Normativa de nº 32, de 21 de maio de 1988. Disponível em: < <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/turismo-e-hotelaria/resolucao-normativa-n-32-de-21-de-maio-de-1988/4296>> Acesso em: 20/05/18.

PORTAL G1. **Os dados impressionantes e curiosos dos portos e aeroportos brasileiros.** 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/especial-publicitario/em-movimento/noticia/os-dados-impressionantes-e-curiosos-dos-portos-e-aeroportos-brasileiros.ghtml>> Acesso em: 20/05/2018.

RONÁ, R. D. **Transportes no Turismo.** Barueri: Manole, 2002.

RUSCHMANN, D. V. D. M. **Turismo e planejamento sustentável.** São Paulo: Papirus, 2002.

SANCHO, A. **Introdução ao turismo.** trad: Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, A. J. N. **Hospitalidade e serviços a bordo de aeronaves: o caso da Azul Linhas Aéreas.** Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2017.

SANTOS, P. P.; *et al.* **A História e a importância do transporte para o turismo.** Foz do Iguaçu: Unioeste, 2010, 28 de outubro.

SILVEIRA, J. A. **Transporte Aéreo Regular no Brasil: Análise Econômica e Função de Custo.** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

SOLON, A. P. G. **Sobre os Domínios da Hospitalidade: Revisão Teórica e Proposições.** VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo. 2009.

SWARBROOKE, J; E HORNER S; **Capítulo 4: Fatores Motivadores - Número e série das motivações.** In: O comportamento do consumidor no turismo. Editora Aleph. 2002.

TELFER, E. **A filosofia da “hospitalidade”**. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Tradução: Carlos David Szlak, p. 53-78, São Paulo: Manole, 2004.

UDEMY. **Our Origins**. Disponível em: <<https://about.udemy.com/company/>>. Acesso em: 08/10/2018.

VASCONCELLOS, L. F. R. **O modelo doméstico de transporte aéreo de passageiros: modelo de escolha da capacidade empregada em função da ação do regulador e da estrutura da indústria**. São Paulo, 2005.

VERGARA, S; C.; **Tipos de pesquisa em administração**. Cadernos EBAP. Escola Brasileira de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1990.

WALKER, J. R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri, São Paulo: Manole, 2002.

ZIKMUND, W. J; BABIN, B.J. **Princípios da pesquisa de marketing. Capítulo 8 Observação**. Tradução EZ2Translate. São Paulo, 4ª edição, 2011, pp 220 – 243.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Função:

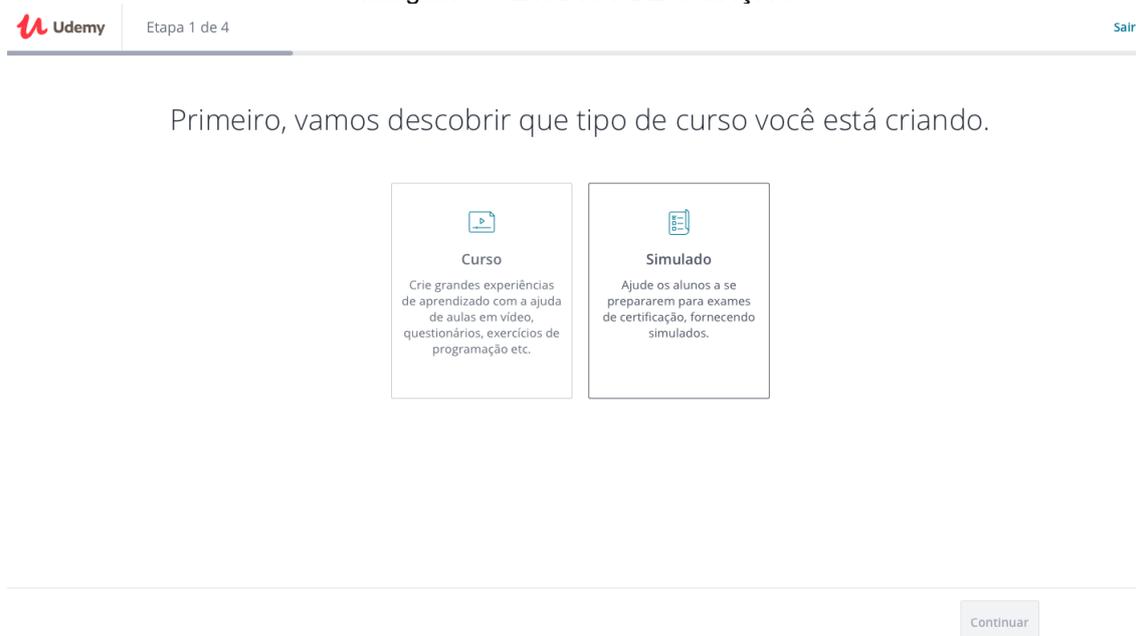
Gênero:

1. Você acredita que a qualidade da relação passageiro/profissional da aviação é determinante para o sucesso da empresa aérea? Por quê?
2. No plano da empresa aérea há algum conteúdo formal sobre as relações entre o profissional da aviação civil e o(s) público(s) que utilizam o transporte aéreo? E abordagem informal dos cuidados que devem reger essas relações?
3. Sua organização acolhe e considera os colaboradores um importante recurso da empresa? Como isso é demonstrado pela empresa?
4. Na sua opinião a qualidade do serviço e a hospitalidade aos passageiros podem influenciar na escolha da empresa aérea? Por quê?
5. Na sua opinião, a hospitalidade é fator característico do ser humano e, portanto, se faz presente de forma espontânea no atendimento aos passageiros, sem a necessidade de treinamento para tal?
6. Você considera que existam ações que possam preparar o profissional para abordar a relação passageiro/profissional da aviação? Por favor cite exemplos.
7. Na sua opinião a infraestrutura aeroportuária fornecida afeta a experiência dos passageiros? Por quê?
8. Você acredita que fatores externos (algo que as empresas não podem alterar) podem afetar a relação passageiros/profissional da aviação?

9. Você acredita que fatores externos podem afetar o desempenho do profissional da aviação?

APÊNDICE B – IMAGENS DO PROJETO

Imagem 1 - ETAPA 1 DE CRIAÇÃO



FONTE: A autora (2018).

Imagem 2 - ETAPA 2 DE CRIAÇÃO



FONTE: A autora (2018).

Imagem 3 - QUESTIONÁRIO PARA IDENTIFICAR PÚBLICO ALVO NO SITE

Hospitalidade em Aeroportos RASCUNHO Salvar 

Planeje seu curso

- Aluno-alvo
- Estrutura do curso
- Configuração e vídeo de teste

Crie seu conteúdo

- Filmagem e edição
- Grade curricular
- Legendas (opcionais)

Publique seu curso

- Página inicial do curso
- Preço e cupons
- Comunicações

Enviar para análise

Aluno-alvo

Você está no processo de criação do seu curso! As descrições inseridas aqui ajudarão os alunos a decidir se seu curso é aquilo que eles estão buscando.

Quais são as ferramentas e os conhecimentos necessários?

Exemplo: consiga ler partituras e conheça termos de teoria da música. Não é necessário ter um piano.

[+ Adicionar uma resposta](#)

Quem deveria fazer este curso?

Exemplo: desenvolvedores python iniciantes que queiram saber sobre ciência de dados. Este curso não se destina a cié

[+ Adicionar uma resposta](#)

O que os alunos alcançarão ou serão capazes de fazer depois que fizerem seu curso?

Exemplo: tirar fotos ótimas, mesmo com pouca luz.

[+ Adicionar uma resposta](#)

FONTE: A autora (2018).