

## Artigos

# Modelo para Aferir a Hospitalidade a Bordo das Aeronaves do Transporte Aéreo Doméstico Brasileiro

## Model to Measure the Hospitality on Board of Brazilian Domestic Air Transport Aircraft

## Modelo para medir la hospitalidad a bordo de aviones de transporte aéreo nacional brasileño

Alexandre faro Kaperaviczus<sup>1</sup>; Airton José Cavenaghi<sup>1</sup>; Paulo Sérgio Gonçalves de Oliveira<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Anhembi Morumbi, Morumbi, São Paulo, Brasil.

---

### Palavras-chave:

Hospitalidade;  
Passageiros;  
Aviação;  
Empresa Aérea.

### Resumo

Propósito justificado do tema: O conhecimento da forma como os passageiros enxergam a hospitalidade a bordo das aeronaves brasileiras permite identificar os fatores tangíveis e intangíveis valorizados pelos passageiros e que podem fazer diferença no momento da escolha da empresa aérea. Objetivo: Dentro do universo da hospitalidade na aviação, a presente pesquisa tem como objetivo analisar a hospitalidade no transporte aéreo doméstico brasileiro a partir da visão dos passageiros. Metodologia e abordagem: O estudo é de natureza mista compreendendo fase qualitativa com revisão bibliográfica e quantitativa com o desenvolvimento de instrumento de coleta de dados e a análise de 1.163 questionários, tendo se utilizado como ferramenta de análise o software SPSS. Resultados: Os resultados alcançados permitem concluir que, na visão dos passageiros, a hospitalidade é percebida a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro, abrangendo um conjunto de 19 itens que podem ser explicados usando-se 5 fatores que foram denominados "atrativos", "atendimento", "bem-estar", "low-cost" e "higiene". Originalidade do documento: Este trabalho é original, pois tem por objetivo apresentar modelo inédito para se aferir a hospitalidade a bordo das aeronaves brasileiras.

### Keywords:

Hospitality;  
Hospitalableness;  
Passengers;  
Aviation;  
Airline.

### Abstract

Justified purpose of the topic: Knowledge of how passengers perceive hospitality aboard Brazilian aircraft allows us to know the tangible and intangible factors that customers value and that can influence airline choice. Objective: Within aviation hospitality, the present study aims to investigate hospitality in Brazilian domestic air transportation from passenger viewpoint. Method and approach: The study is of a mixed nature comprising a qualitative stage with literature review and quantitative one, with the development of a data collection instrument and the analysis of 1,163 questionnaires, using SPSS software as an analysis tool. Results: The findings allow us to conclude that passengers perceive hospitality aboard Brazilian domestic air transport aircraft, comprising a set of 19 items that can be explained using 5 factors that were named "attractions", "service", "well-being", "low cost" and "cleanliness". Originality: This work aims to present an original model to measure hospitality aboard Brazilian aircraft.

**Palabras clave:**

La hospitalidade;  
Pasajeros;  
La aviación;  
Empresa aérea.

Revisado por pares.

Recebido em: 17/07/2019.

Aprovado em: 07/11/2019.

**Resumen**

Propósito justificado del tema: El conocimiento de la forma en que los pasajeros ven la hospitalidad a bordo de las aeronaves brasileñas permite conocer los factores tangibles e intangibles valorados por los pasajeros y que pueden diferenciar en el momento de la elección de la aerolínea. Objetivo: Dentro del universo de la hospitalidad en la aviación la presente investigación tiene como objetivo analizar la hospitalidad en el transporte aéreo doméstico brasileño a partir de la visión de los pasajeros. Metodología y enfoque: El estudio es de naturaleza mixta comprendiendo fase cualitativa con revisión bibliográfica y cuantitativa con el desarrollo de instrumento de recolección de datos y el análisis de 1.163 cuestionarios, habiéndose utilizado como herramienta de análisis el software SPSS. Resultados: Los resultados alcanzados permiten concluir que, en la visión de los pasajeros, la hospitalidad es percibida a bordo de las aeronaves del transporte aéreo doméstico brasileño, abarcando un conjunto de 19 ítems que pueden ser explicados usando 5 factores que fueron denominados "atractivos", "atención", "bienestar", "low-cost" e "higiene". Originalidad del documento: Este trabajo es original, ya que tiene como objetivo presentar un modelo sin precedentes para medir la hospitalidad a bordo de aviones brasileños.

**Como citar:** Kaperaviczus, A. F.; Cavenaghi, A. J.; Oliveira, P. S. G. (2020). Modelo para Aferir a Hospitalidade a Bordo das Aeronaves do Transporte Aéreo Doméstico Brasileiro. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 14 (2), p. 64-82, maio/ago. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1787>

**Dados abertos:** <http://dx.doi.org/10.17632/cbtk84r675.2>

**1 INTRODUÇÃO**

A hospitalidade se faz presente nas mais singelas atividades do cotidiano, passando muitas vezes despercebida, quando transcorre dentro de padrões normalmente esperados. Segundo Camargo (2015) a hospitalidade se dá em interstícios, significando dizer que esta é permeada por momentos visivelmente cercados de inospitalidade e até, porque não, de hostilidade. Significa dizer nas palavras do autor que a hospitalidade em plano oposto à inospitalidade e à hostilidade, que permeiam pequenos conflitos e até a agressividade, sempre caminharão juntas.

Mas o que seria verdadeiramente a hospitalidade? Na visão de Grinover (2002) a palavra hospitalidade pode ser entendida como recepção de hóspedes, visitantes e viajantes, podendo ser simplificada no ato de bem receber. Já Gotman (2001) considera a hospitalidade como o ato de acolher e servir alguém que esteja fora de seu local de domicílio, sendo resumida na relação entre aquele que recebe e aquele que é recebido por alguém. Esse encontro é regido por leis escritas ou não, que definem a continuidade do grupo. Sabe-se, também, que a hospitalidade vai além do bem receber. É uma cena que segundo Derrida (1997) supõe dois personagens agindo dentro de leis restritas que, se não seguidas, também poderão gerar inospitalidade.

Assim, com o avanço dos estudos científicos e dentro da multiplicidade em que se apresenta a hospitalidade, essa também pode se fazer presente no transporte aéreo, havendo estudos em âmbito nacional na Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi conforme apresentado na tabela abaixo.

**Quadro 1** – Pesquisas sobre hospitalidade no transporte aéreo no Brasil

(continua)

Abordagem	Autor
Caracterização do processo de capacitação profissional, desenvolvido por meio da educação corporativa, dos agentes de aeroporto de uma empresa aérea que recebeu o nome fictício de Voa Brasil.	Félix (2006)
Estudo sobre o Aeroporto de Congonhas abordando a dimensão de acolhimento dos passageiros.	Favorito (2013)
Comparação dos níveis de hospitalidade percebidos a bordo das aeronaves de uma empresa tradicional e de uma empresa "low-cost".	Kaperaviczus (2015)
Análise da forma pela qual a empresa anfitriã atende as necessidades específicas do viajante da nova classe média na mobilidade corporativa.	Goldenberg (2016)
Estudo denominado "Hospitalidade e serviços a bordo de aeronaves: o caso da Companhia Aérea Azul", que procurou identificar a bordo das aeronaves da Azul os quatro tempos da hospitalidade definidos por Camargo (2004).	Santos (2017)

**Quadro 1** – Pesquisas sobre hospitalidade no transporte aéreo no Brasil (conclusão)

<b>Abordagem</b>	<b>Autor</b>
Pesquisa intitulada “A gestão de serviços em hospitalidade: o papel do comissário como anfitrião nas empresas aéreas brasileiras”, buscando investigar a real função dos comissários de voo a bordo.	Salva (2017)
Estudo denominado “Correio Aéreo Nacional (CAN): a hospitalidade na integração de populações isoladas” cujo objetivo foi desvelar a dimensão da hospitalidade na integração de populações isoladas, pelo Correio Aéreo Nacional (CAN), dos anos 30 aos anos 80.	Calçada (2018)

**Fonte:** Autores (2019)

Cabe enfatizar que as citadas pesquisas guardam relação com o presente estudo na medida em que relacionam a hospitalidade com o transporte aéreo sem, no entanto, abranger a abordagem ora proposta.

Também em âmbito internacional existem estudos abordando a hospitalidade na aviação tais como apresentado a seguir.

**Quadro 2** – Pesquisas internacionais sobre hospitalidade no transporte aéreo

<b>Abordagem</b>	<b>Autor</b>
Avaliação da opção de recompra dos passageiros, baseando-se na qualidade dos serviços a bordo.	Chang e Yang (2008)
Identificação dos fatores mais valorizados pelos passageiros nos serviços oferecidos pelas empresas aéreas iranianas.	Nejati, Nejati e Shafaei (2009)
Estudo na Malásia identificando fatores chave na escolha dos clientes nas companhias aéreas.	Yeoh e Chan (2011)
Pesquisa denominada hospitalidade na aviação, fazendo uma contextualização histórica da hospitalidade a bordo das aeronaves.	Nilsson (2012)
Estudo sobre a influência da qualidade do serviço na satisfação dos passageiros nas companhias aéreas indianas.	Archana e Shuba (2012)
Desenvolvimento de construto para se aferir os níveis de hospitalidade percebidos a bordo das aeronaves na Malásia.	Nameghi e Ariffin (2013)
Trabalho que teve como objetivo descobrir a função e o escopo da hospitalidade na aviação.	Motiani, Patil e Borkar (2013)
Estudo sobre os níveis de hospitalidade dos passageiros na vida privada e suas expectativas de oferta de hospitalidade nas empresas aéreas.	Nameghi (2013)
Pesquisa que por intermédio de modelo de equações estruturadas aferiu a satisfação dos passageiros com os serviços a bordo.	Suki (2014)
Avaliação da percepção dos serviços em estudo comparativo das companhias aéreas nos Emirados Árabes Unidos.	Massarat e Jha (2014)
Estudo que avaliou a satisfação do cliente na <i>Pakistan International Airlines</i> .	Faizan, Bidit e Raffaele (2015)

**Fonte:** Autores (2019)

Traçando-se um breve paralelo entre as pesquisas brasileiras e as internacionais, ainda que as abordagens sejam diferentes, percebe-se um ponto de contato no que se refere à percepção de que a hospitalidade ocupa papel importante, também, no contexto da aviação, corroborando a relevância do presente estudo.

Desta forma, para a construção do referencial teórico relativo ao tema investigado foram realizadas pesquisas por intermédio dos portais Google Acadêmico, Banco de Teses da CAPES, Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Blackwell Synergy, Cambridge University Press, Oxford University Press e EBSCO host, nos idiomas português, espanhol e inglês, utilizando respectivamente as palavras chave “hospitalidade na aviação”, “hospitalidad en la aviación” e “hospitality in aviation”.

Para se entender a importância e a relevância deste estudo relacionado ao turismo Vasconcelos, Machado, Almeida, Arruda e Matos (2015) enfatizam que somente na América Latina e no Caribe o setor de aviação mantém mais de quatro milhões de postos de trabalho e gera mais de US\$ 107 bilhões em produto interno bruto (PIB), sendo que as previsões indicam que nessas regiões o número de passageiros deverá quase triplicar de 145,9 milhões em 2010 para 438,9 milhões em 2030. Também Camargo (2019) enfatiza que as relações entre hospitalidade, lazer e turismo devem ser enriquecidas em breve com a evolução de pesquisas em torno do conceito de mobilidade intimamente relacionado ao transporte aéreo.

Portanto, o que se percebe é que o transporte aéreo é parte integrante do turismo, sendo um bom exemplo desta sinergia o estudo de Araújo, Freitas, Gomes e Brito (2016) no qual se concluiu que no ano de 2013, a diminuição dos voos domésticos se tornou o maior problema para o turismo potiguar.

Desta forma, tendo em vista a comprovada relação entre o transporte aéreo, o turismo e a hospitalidade, o objetivo deste trabalho é analisar a hospitalidade no transporte aéreo doméstico brasileiro a partir da visão dos passageiros.

Para tanto foi desenvolvido um instrumento de coleta de dados que tomou como base, o modelo desenvolvido por Nameghi e Ariffin (2013) para se aferir os níveis de hospitalidade percebidos nas aeronaves da Malásia só que neste momento voltado para a realidade brasileira.

A pesquisa de acordo com Gil (2010) está relacionada com a área das Ciências Sociais Aplicadas sendo de natureza mista ao contar com a fase qualitativa com a revisão bibliográfica e a fase quantitativa ao realizar análise fatorial exploratória por intermédio do software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) com os dados obtidos do instrumento de coleta de dados desenvolvido.

Desta forma, este artigo abrangerá o desenvolvimento do instrumento de coleta de dados, pesquisa de campo, constando da coleta de dados e de informações fornecidas em entrevista realizada com o Presidente da GOL Linhas Aéreas Paulo Sérgio Kakinoff, revisão bibliográfica e a análise fatorial exploratória dos dados obtidos que conduzirão a um modelo que definirá a forma como a hospitalidade pode ser percebida a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro, sendo o diferencial desta pesquisa a sua adaptação à realidade brasileira, além do enriquecimento do instrumento de coleta de dados que passará a abranger, também, os aspectos tangíveis da dimensão conforto não abordados por Nameghi e Ariffin (2013).

## 2 O MODELO DESENVOLVIDO POR NAMEGHI E ARIFFIN

Antes de se apresentar o instrumento de coleta de dados que foi desenvolvido nesta pesquisa, faz-se necessário entender o construto, para se medir os níveis de hospitalidade a bordo das aeronaves, de autoria de Nameghi e Ariffin (2013). Nesse sentido, na tabela a seguir encontra-se a descrição inicial dos 27 comportamentos atribuídos às tripulações durante os voos tendo como referencial teórico os autores citados à direita da tabela.

Para se gerar estes 27 comportamentos foram entrevistados 11 viajantes frequentes que eram alunos de pós-graduação da Universidade da Malásia.

**Quadro 3** - Resultado da Primeira Análise do Fator Exploratório (continua)

N°	Comportamento	Fontes Principais
1	Os tripulantes mantêm uma expressão alegre durante todo o tempo.	Johanson and Woods (2008).
2	Os tripulantes mantêm contato visual com os passageiros enquanto conversam com eles.	Johanson and Woods (2008.)
3	Os tripulantes interagem com os passageiros de forma polida.	Gallarza et al (2002).
4	Os tripulantes interagem com os passageiros de forma respeitosa.	Wilkins et al. (2007) , Gallarza and Saura (2006.)
5	Os tripulantes se esforçam para dar atenção pessoal aos passageiros.	Kun and Lee (2011).
6	Os tripulantes se esforçam para manter conversas informais com os passageiros.	Johanson and Woods (2008), Mohsins and Lockyer (2010).
7	Os tripulantes se esforçam para dar atenção aos passageiros.	Painel de especialistas
8	Os tripulantes acolhem os passageiros de forma calorosa.	Barsky and Nash (2002), Johanson and Woods (2008).
9	Os tripulantes se despedem dos passageiros de forma afetuosa.	Barsky and Nash (2002), Johanson and Woods (2008)
10	Os tripulantes direcionam os passageiros para os seus assentos.	Johanson and Woods (2008), Mohsins and Lockyer (2010), Gilbert and Wong (2003), Wilkins et al. (2007), Hyun et al. (2011).
11	Os tripulantes se esforçam para auxiliar os passageiros com as bagagens de mão.	Mohsins and Lockyer (2010), Gilbert and Wong (2003), Wilkins et al. (2007).

**Quadro 3** - Resultado da Primeira Análise do Fator Exploratório (conclusão)

N°	Comportamento	Fontes Principais
12	Os tripulantes se esforçam para atender prontamente as solicitações dos passageiros.	Mohsins and Lockyer (2010), Johanson and Woods (2008), Wilkins et al. (2007), Gallarza and Saura (2006).
13	Os tripulantes mostram-se disponíveis para prestar qualquer tipo de ajuda aos passageiros.	Johanson and Woods (2008), Gilbert and Wong (2003), Wilkins et al. (2007).
14	Os tripulantes distribuem pequenas lembranças aos passageiros.	Hyun et al. (2011), Gallarza and Saura (2006).
15	Os tripulantes se esforçam para que os passageiros apreciem a comida.	Wilkins et al. (2007), Mohsins and Lockyer (2010), Wu and Liang (2009), Meng and Elliot (2008), Hyun et al (2011).
16	Os tripulantes se esforçam para que os passageiros recebam comida e bebida suficientes.	Wilkins et al. (2007), Mohsins and Lockyer (2010), Wu and Liang (2009), Hyun et al. (2011).
17	Refrescos estão disponíveis durante todo o voo.	Painel de especialistas
18	Os tripulantes se esforçam para que os passageiros estejam confortavelmente acomodados.	Dubê and Renaghan (1999), Barsky and Nash (2002), Forgas et al. (2010), O'Connell and Williams (2005), Kim and Moon (2009), Gilbert and Wong (2003), Pakdil and Aydin (2007).
19	Os tripulantes se esforçam para que a temperatura de cabine esteja adequada à necessidade dos passageiros.	Kim and Moon (2009), Wu and Liang ((2009), Hyun et al. (2011).
20	Os comissários se esforçam para que a iluminação da cabine atenda às expectativas dos passageiros.	Painel de especialistas
21	Os tripulantes se esforçam para que os passageiros possam descansar ou dormir.	Painel de especialistas
22	Os tripulantes se esforçam para manter a segurança dos passageiros durante todo o voo.	Heung et al. (2000), Knutson et al. (2009), Forgas et al. (2010), Gilbert and Wong (2003), O'Connell and Williams (2005).
23	A empresa aérea disponibiliza aos passageiros informações úteis sobre o destino antes do desembarque.	Johanson and Woods (2008), Gilbert and Wong (2003), Wilkins et al. (2007), Kim and Lee (2011), Gallarza and Saura (2006).
24	Os passageiros são convidados a voar novamente com a empresa.	Painel de especialistas
25	A empresa agradece a escolha dos passageiros.	Painel de especialistas
26	A empresa expressa sua satisfação em servir os passageiros durante o voo.	Painel de especialistas
27	A empresa convida os passageiros a procurar o pessoal de terra caso encontrem algum problema no desembarque.	Painel de Especialistas

**Fonte:** Nameghi e Ariffin (2013) (tradução dos autores, 2019)

Dando continuidade ao processo e de posse dos dados coletados, os 27 itens foram submetidos ao *software* (SPSS) e a uma análise exploratória usando a rotação Varimax, reduzindo o número de itens para 19 e agrupando as dimensões da hospitalidade.

Na sequência com os 19 comportamentos restantes o teste foi novamente aplicado em 546 passageiros, e após rodar novamente no SPSS, foram confirmados os dados obtidos anteriormente, quais sejam, que o construto baseado na hospitalidade embarcada pode ser efetivamente explicado utilizando as quatro dimensões chamadas “cortesia”, “apreciação”, “socialização” e “conforto” na visão de Nameghi e Ariffin (2013).

### 3 O NOVO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Apresentado o instrumento desenvolvido por Nameghi e Ariffin (2013) se passa a apresentar o novo instrumento de coleta de dados utilizado nesta pesquisa, desta feita adaptado à realidade brasileira.

Nesse cenário, tendo em vista que a coleta de dados se processará por intermédio da aplicação de questionário, cabe aqui lembrar que na visão de Marconi e Lakatos (2002) esse instrumento apresenta

vantagens como abrangência geográfica, economia de tempo, menor risco de distorção pela influência do pesquisador e maior segurança pelo fato de as respostas não serem identificadas.

Para tanto, foi feita uma adaptação e tradução do construto dos autores malaios, resultando inicialmente em um questionário de 9 (questões) fechadas.

Nestes termos, o questionário tem um total de 9 questões, sendo que 8 abordam as quatro dimensões definidas no construto desenvolvido por Nameghi e Ariffin (2013), quais sejam, cortesia, apreciação, socialização e conforto, sendo formuladas 2 questões para cada dimensão. Ainda nesse contexto, a primeira questão visa a excluir da coleta de dados àqueles que não utilizaram o transporte aéreo doméstico brasileiro nos últimos 24 meses, parâmetro também utilizado por Nameghi e Ariffin (2013).

Para melhor entendimento do instrumento de coleta de dados, cabe especificar a definição das citadas dimensões, conforme abaixo:

- Cortesia: é a capacidade da tripulação de interagir com os passageiros de forma polida e respeitosa;
- Apreciação: está relacionada a um tipo de aprovação e gratidão por parte do passageiro, demonstrando a sua disposição em voltar a voar com a empresa;
- Socialização: se refere aos esforços da tripulação em se engajar de forma pessoal com cada passageiro fazendo com que se sintam acolhidos a bordo das aeronaves;
- Conforto: está relacionado tanto a fatores tangíveis relacionados à qualidade da infraestrutura e das facilidades disponibilizadas a bordo, bem como ao conforto psicológico que trará a tranquilidade e a confiança necessária ao bem-estar do passageiro durante a viagem.

Assim, para cada dimensão da hospitalidade foram feitos os seguintes questionamentos:

#### **Cortesia**

- No(s) voo(s) realizado(s) os tripulantes interagiram com os passageiros de forma respeitosa?
- Na sua opinião os tripulantes se esforçaram para atender prontamente às solicitações dos passageiros?

#### **Apreciação**

- Os tripulantes receberam os passageiros a bordo de forma gentil?
- Os tripulantes agradeceram a preferência e convidaram a voar novamente com a empresa?

#### **Socialização**

- Os tripulantes se esforçaram por manter conversas informais com os passageiros?
- Os tripulantes se esforçaram por auxiliar os passageiros em todas as suas necessidades?

#### **Conforto**

- Os tripulantes procuraram manter um controle de temperatura adequado ao conforto dos passageiros?
- Os tripulantes se esforçaram para que os passageiros pudessem repousar confortavelmente?

Apresentada a estrutura do Roteiro de Questões, passou-se à aplicação de pré-teste para se identificar ambiguidades, não conformidades e a pertinência do questionário para o objeto da pesquisa.

Nesse contexto, em consonância com Gil (2010) para quem o número de respondentes pode ser bastante restrito: entre 10 ou 20, independentemente da quantidade de elementos que compõem a amostra a ser pesquisada, foram distribuídos 25 roteiros de questões.

Desse total, 01 não foi devolvido e 04 foram descartados pelo fato de os respondentes não terem voado em voos domésticos nacionais nos últimos 24 meses, restando 20 questionários para serem analisados.

Nesse cenário, após as análises, os entrevistados reportaram que sentiram falta, principalmente, de questões relacionadas à dimensão conforto.

Desta forma, tendo em vista que em relação aos fatores intangíveis relacionados ao comportamento da tripulação praticamente houve um consenso dos respondentes, optou-se, atendendo às sugestões dos entrevistados, por dar uma contribuição ao instrumento desenvolvido pelos autores malaios, adaptando o construto à realidade das condições vivenciadas pelos passageiros no universo da aviação doméstica brasileira.

Desta forma, o roteiro de questões inicial que possuía 9 questões passou a ter 22 questões abordando fatores tangíveis, não abordados pelos autores malaios, relacionados à dimensão conforto, em consonância com a realidade da aviação doméstica brasileira.

Outra observação foi relativa às opções de resposta “concordo levemente” e “discordo levemente” que, na opinião dos entrevistados, ficou de difícil mensuração, optando-se por suprimir as duas e acrescentar a opção “não concordo e nem discordo”, passando o questionário a possuir 05 opções, ao invés de 06.

Também como resultado das entrevistas, optou-se por não fazer perguntas, mas afirmações para os respondentes expressarem sua concordância ou não. Outro detalhe foi a mudança de *layout*, descrevendo-se as opiniões de 1 a 5, facilitando-se o preenchimento em uma tabela, em folha única.

Nesse sentido, foram mantidas todas as questões constantes do primeiro questionário, transformando-as em afirmações, acrescentando-se mais 14 questões dentro da dimensão conforto abordando os seguintes temas:

- pontualidade;
- espaçamento entre poltronas;
- fornecimento de alimentação a bordo;
- número de comissários a bordo;
- pagamento pelo transporte de bagagens;
- entretenimento.

Feitas estas modificações, mais uma vez, o novo questionário foi submetido a novo pré-teste a 20 respondentes, que responderam satisfatoriamente as questões apresentadas.

Dando continuidade aos aperfeiçoamentos resultantes da aplicação do segundo pré-teste verificou-se a oportunidade e a necessidade de se inserir mais três questões, relacionadas às bagagens e à alimentação, que na opinião de alguns entrevistados eram relevantes.

Feitas essas modificações no instrumento de coleta de dados se procedeu à aplicação de um terceiro pré-teste a 20 respondentes, chegando-se à conclusão que o instrumento de coleta de dados se encontrava em condições de passar à sua aplicação final.

Desta forma, a versão final do instrumento de pesquisa se encontra consubstanciada na tabela abaixo.

**Quadro 4 - Instrumento de Coleta de Dados**

<b>Gênero</b>	<b>( ) Masculino</b>	<b>( ) Feminino</b>
A sua faixa etária	( ) 18 a 24 anos ( ) 25 a 35 anos	( ) 36 a 50 anos ( ) acima de 51 anos
A sua faixa de renda	( ) até 3 salários mínimos ( ) de 3 a 10 salários mínimos	( ) de 10 a 20 salários mínimos ( ) mais de 20 salários mínimos
Você viajou de avião nos últimos 24 meses?	( ) Sim	( ) Não
A maioria das suas viagens foi a	( ) Lazer	( ) Negócios
A duração da maioria das suas viagens foi de	( ) até 2 horas ( ) 2 a 4 horas	( ) mais 4 horas

Responda com base em sua experiência com notas de 1 a 5 às afirmações da tabela abaixo conforme segue:

- 1- Discordo totalmente
- 2- Discordo parcialmente
- 3- Não concordo e nem discordo

4- Concordo parcialmente

5- Concordo totalmente

1- Os tripulantes interagiram com os passageiros de forma respeitosa.	1	2	3	4	5
2- Uma bagagem de mão de até 10 Kg confere o nível de conforto necessário ao passageiro.	1	2	3	4	5
3- Os tripulantes sempre se esforçaram para atender prontamente às solicitações dos passageiros.	1	2	3	4	5
4- Uma bagagem de mão gratuita de, no máximo, 10Kg gerou redução no preço pago pela passagem aérea.	1	2	3	4	5
5- A empresa cumpriu fielmente o horário de decolagem previsto na passagem aérea.	1	2	3	4	5
6- Os tripulantes receberam os passageiros a bordo de forma gentil.	1	2	3	4	5
7- O espaço entre poltronas e o reclino permitido do encosto me possibilitaram repousar confortavelmente.	1	2	3	4	5
8- Os tripulantes agradeceram a preferência convidando a voar novamente com a empresa.	1	2	3	4	5
9- O número de comissários a bordo permitiu atender prontamente os passageiros.	1	2	3	4	5
10- Os tripulantes se esforçaram por manter conversas informais com os passageiros.	1	2	3	4	5
11- Considero fundamental o fornecimento de alimentos e bebidas a bordo.	1	2	3	4	5
12- O fornecimento de alimentos e bebidas, somente mediante pagamento durante o voo, reduz o preço da passagem aérea.	1	2	3	4	5
13- Os tripulantes se esforçaram, de forma incansável, por auxiliar os passageiros em todas as suas necessidades.	1	2	3	4	5
14- Considerei satisfatórios os entretenimentos (TV via satélite, internet wireless, filmes) disponibilizados a bordo da(s) aeronave(s).	1	2	3	4	5
15- O controle de temperatura foi adequado ao meu conforto.	1	2	3	4	5
16- Os tripulantes se esforçaram para que os passageiros pudessem repousar confortavelmente.	1	2	3	4	5
17- A aeronave estava adequadamente limpa.	1	2	3	4	5
18- Os banheiros estavam adequadamente higienizados.	1	2	3	4	5
19- A acolhida e a cordialidade influenciam na escolha da empresa aérea.	1	2	3	4	5
20- A qualidade do serviço de bordo influencia na escolha da empresa aérea.	1	2	3	4	5
21- O entretenimento a bordo influencia na escolha da empresa aérea.	1	2	3	4	5
22- A pontualidade influencia na escolha da empresa aérea.	1	2	3	4	5
23- O conforto influencia na escolha da empresa aérea.	1	2	3	4	5
24- O espaço destinado às bagagens de mão no interior das aeronaves é suficiente para acomodar os pertences de todos os passageiros.	1	2	3	4	5
25- Concordo com o preço cobrado pela alimentação fornecida a bordo das aeronaves.	1	2	3	4	5
26 - Aprecio a qualidade dos alimentos fornecidos a bordo das aeronaves.	1	2	3	4	5

Fonte: Autores (2019)

Ao atingir a versão final do instrumento de coleta de dados se enfatiza a importância da realização dos três pré-testes pois se constatou que a abordagem inicial, baseada somente na realidade da Malásia, não estava coerente com a realidade vivenciada no mercado de aviação doméstico brasileiro.

#### 4 COLETA DE DADOS

A coleta foi feita com a distribuição de questionários impressos e com formulário do *Google Forms* encaminhado via e-mail, por *WhatsApp*, via *LinkedIn* e *Facebooks*, tendo o aplicativo *WhatsApp* se mostrado mais efetivo para a coleta de dados quantitativos, tendo em vista que foi responsável por aproximadamente 65% das respostas. Cabe esclarecer que o link do instrumento de coleta de dados foi disponibilizado originalmente via e-mail, *LinkedIn* e *WhatsApp* somente para pessoas que compunham a rede de contato dos autores. No que se refere à disponibilização via *Facebooks* isso foi feito espontaneamente por contatos que receberam o link. Como forma de manter a segurança quanto ao atingimento do público alvo, à semelhança do que fizeram os autores malaios, as pessoas que responderam que não haviam viajado de avião nos últimos 24 meses tiveram seus questionários excluídos da pesquisa.

No que diz respeito ao tamanho da amostra, foram respondidos 1.163 questionários, sendo que, destes, 335 foram respondidos em papel e os demais 828 foram respondidos via internet por intermédio do link do



Google Forms. Quanto aos formulários respondidos em papel o autor se encarregou de digitá-los no formulário do Google Forms.

Quanto ao número de roteiros de questões válidos para as finalidades da pesquisa, ou seja, daqueles respondentes que voaram em aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro nos últimos 24 meses resultou um número de 1.095 respondentes, tendo em vista que 68 questionários, 5,8% do total, foram descartados em virtude de não terem voado nos últimos 24 meses, no momento de se iniciar as análises quantitativas, quando os dados foram submetidos à análise fatorial exploratória, por intermédio do software SPSS versão 22.

## 5 ANÁLISE QUANTITATIVA

Quanto ao universo da pesquisa, este é composto pelos usuários do transporte aéreo doméstico brasileiro e a amostra analisada representa aqueles indivíduos que fizeram uso do transporte aéreo doméstico brasileiro nos últimos 24 meses.

Para que se possam conhecer as características principais da amostra apresentam-se, a seguir, tabelas contendo os dados demográficos dos respondentes, abrangendo gênero, faixa etária, faixa de renda, motivo da viagem e duração da viagem.

**Tabela 1 - Gênero**

Opções	Porcentagem	Quantidade
Masculino	62,8%	730
Feminino	37,2%	433

Fonte: Autores (2019)

**Tabela 2 - Faixa etária**

Opções	Porcentagem	Quantidade
18 a 24 anos	30,5%	355
25 a 35 anos	20,8%	242
36 a 50 anos	21%	244
Acima de 51 anos	27,7%	322

Fonte: Autores (2019)

**Tabela 3 – Faixa de Renda**

Opções	Porcentagem	Quantidade
Até 3 salários mínimos	22,7%	264
De 3 a 10 salários	37,1%	432
De 10 a 20 salários	22,8%	265
Mais de 20 salários	17,4%	202

Fonte: Autores (2019)

**Tabela 4 – Motivo da Viagem**

Opções	Porcentagem	Quantidade
Lazer	76,9%	894
Negócios	23,1%	269

Fonte: Autores, 2019

**Tabela 5 – Duração das Viagens**

Opções	Porcentagem	Quantidade
Até 2 horas	26,1%	304
De 2 a 4 horas	42%	489
Mais de 4 horas	31,8%	370

Fonte: Autores (2019)

Apresentados os dados demográficos, se passará à análise dos dados que levarão às conclusões finais da pesquisa.

Desta forma, como primeiro passo, foi verificada a qualidade do modelo e da adequação da análise fatorial, permitindo assim analisar os dados, por meio da análise do KMO e do teste de esfericidade de Bartlett, os quais são apresentados na tabela 6 (HAIR et al., 2009; PESTANA; GAGEIRO, 2013).

Somente a título de esclarecimento acrescenta-se que a análise de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) é um critério para identificar se um modelo de análise fatorial é adequadamente ajustado aos dados coletados. Já o teste de esfericidade de Bartlett visa a examinar a hipótese de que as variáveis não sejam correlacionadas na população.

**Tabela 6** - Análise do KMO e Teste de Bartlett

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Medida de Adequação da amostra		.839
Teste de Esfericidade de Bartlett	Approx. Chi-Square	3.464.024
df		210
Sig.		.000

Fonte: Autores (2019)

Tendo como base os dados encontrados na tabela 6, pode-se observar que o KMO do estudo é de 0,839 e pode ser considerado “Muito Bom”, segundo os critérios apontados por Pestana e Gageiro (2013) e Mingoti (2007) indicando que a análise fatorial é adequada para análise dos dados, podendo-se dar continuidade ao estudo.

O segundo teste utilizando essa tabela é o teste de esfericidade de Bartlett, que tem como objetivo verificar se existem correlações entre as variáveis, rejeitando a hipótese nula dos dados por não serem uma matriz identidade. Tomando como base a tabela 4, podemos afirmar que com uma significância abaixo de 0,0001 os dados possuem correlações existindo adequação ao tipo de análise a ser feita (HAIR et al., 2009)

Na sequência, foi realizada a análise fatorial utilizando o SPSS na versão 22 pelo método de extração das componentes principais e Rotação pelo Método Varimax e supressão de 0,3. A solução inicial apresentou seis fatores, porém foi necessário eliminar as variáveis 5=>0,310, 7=>0,337, 8=>0,364 e 10=>0,453, por apresentarem valores de comunalidade abaixo do recomendado por Pestana e Gageiro (2013).

No que se refere às variáveis 26=>0,435, 9=>0,451, 14=>0,449 e 25=>0,495 ainda que não tenham atingido os valores mínimos de comunalidade recomendados por Pestana e Gageiro (2013), as três primeiras deixaram de ser eliminadas, pois as suas remoções implicariam no desbalanceamento do modelo e a última variável por estar próxima do limite recomendável.

A estruturação final apresentou uma solução com 5 fatores a partir dos quais se passou a fazer a análise da qualidade e da adequação fatorial para o desenvolvimento do estudo.

Os dados foram analisados utilizando a análise fatorial exploratória (AFE), tendo como objetivo obter a simplificação das variáveis, por meio do conceito de variável latente ou fator, facilitando dessa forma a interpretação (MALHOTRA, 2011; PESTANA; GAGEIRO, 2013).

A próxima análise visando a verificação da qualidade do modelo é a medida de adequação da amostra, por meio da matriz de anti-imagem, apresentada na tabela 7, segundo Hair et al. (2009) é a medida de intercorrelações entre as variáveis.

**Tabela 7** - Medidas de Adequação da Amostra

(continua)

<b>Anti-image Matrices</b>	
1- Os tripulantes interagiram com os passageiros de forma respeitosa.	.848 <sup>a</sup>
2- Uma bagagem de mão de até 10 Kg confere o nível de conforto necessário ao passageiro.	.814 <sup>a</sup>
3- Os tripulantes sempre se esforçaram para atender prontamente às solicitações dos passageiros.	.868 <sup>a</sup>
4- Uma bagagem de mão gratuita de, no máximo, 10Kg gerou redução no preço pago pela passagem aérea.	.779 <sup>a</sup>
6- Os tripulantes receberam os passageiros a bordo de forma gentil.	.858 <sup>a</sup>
9- O número de comissários a bordo permitiu atender prontamente os passageiros.	.914 <sup>a</sup>
12- O fornecimento de alimentos e bebidas, somente mediante pagamento durante o voo, reduz o preço da passagem aérea.	.710 <sup>a</sup>
13- Os tripulantes se esforçaram, de forma incansável, por auxiliar os passageiros em todas as suas necessidades.	.895 <sup>a</sup>
14- Considerei satisfatórios os entretenimentos (TV via satélite, internet wireless, filmes) disponibilizados a bordo da(s) aeronave(s).	.874 <sup>a</sup>
15- O controle de temperatura foi adequado ao meu conforto.	.901 <sup>a</sup>

**Tabela 7** - Medidas de Adequação da Amostra

(conclusão)

<b>Anti-image Matrices</b>	
16- Os tripulantes se esforçaram para que os passageiros pudessem repousar confortavelmente.	.916 <sup>a</sup>
17- A aeronave estava adequadamente limpa.	.795 <sup>a</sup>
18- Os banheiros estavam adequadamente higienizados.	.785 <sup>a</sup>
19- A acolhida e a cordialidade influenciam na escolha da empresa aérea.	.824 <sup>a</sup>
20- A qualidade do serviço de bordo influencia na escolha da empresa aérea.	.775 <sup>a</sup>
21- O entretenimento a bordo influencia na escolha da empresa aérea.	.863 <sup>a</sup>
22- A pontualidade influencia na escolha da empresa aérea.	.823 <sup>a</sup>
23- O conforto influencia na escolha da empresa aérea.	.813 <sup>a</sup>
24- O espaço destinado às bagagens de mão no interior das aeronaves é suficiente para acomodar os pertences de todos os passageiros.	.855 <sup>a</sup>
25- Concordo com o preço cobrado pela alimentação fornecida a bordo das aeronaves.	.783 <sup>a</sup>
26 - Aprecio a qualidade dos alimentos fornecidos a bordo das aeronaves.	.906 <sup>a</sup>

**Fonte:** Autores (2019)

Os valores tidos como aceitáveis para esse tipo de análise devem ficar acima de 0,05, sendo inaceitáveis abaixo disso, tendo como base os valores encontrados na tabela 7, pode-se verificar que nenhum valor ficou abaixo do recomendado, não sendo por isso necessária a eliminação de nenhuma variável (HAIR et al., 2009; PESTANA; GAGEIRO, 2013).

O próximo passo para se aferir a qualidade dos dados foi a análise das comunalidades que, segundo Hair et al. (2009), representa a quantia total da variância que uma variável original compartilha com as outras, sendo uma medida de aceitação acima de 0,5. Os valores de comunalidades neste estudo são apresentados na tabela 8.

Tendo como base os valores encontrados na tabela 8 e seguindo as recomendações de Hair et al. (2009) e também de Malhotra (2011) pode-se observar que todos os valores das variáveis ficaram acima do recomendado, à exceção das variáveis 14, 25, 26 e 9 já devidamente justificadas, não sendo por isso necessária a eliminação de nenhuma outra variável do estudo.

**Tabela 8** - Comunalidades das Variáveis do Estudo

<b>Comunalidades</b>		
	Inicial	Extração
1- Os tripulantes interagiram com os passageiros de forma respeitosa.	1.000	.601
2- Uma bagagem de mão de até 10 Kg confere o nível de conforto necessário ao passageiro.	1.000	.797
3- Os tripulantes sempre se esforçaram para atender prontamente às solicitações dos passageiros.	1.000	.666
4- Uma bagagem de mão gratuita de, no máximo, 10Kg gerou redução no preço pago pela passagem aérea.	1.000	.662
6- Os tripulantes receberam os passageiros a bordo de forma gentil.	1.000	.594
9- O número de comissários a bordo permitiu atender prontamente os passageiros.	1.000	.451
12- O fornecimento de alimentos e bebidas, somente mediante pagamento durante o voo, reduz o preço da passagem aérea.	1.000	.721
13- Os tripulantes se esforçaram, de forma incansável, por auxiliar os passageiros em todas as suas necessidades.	1.000	.589
14- Considerei satisfatórios os entretenimentos (TV via satélite, internet wireless, filmes) disponibilizados a bordo da(s) aeronave(s).	1.000	.449
15- O controle de temperatura foi adequado ao meu conforto.	1.000	.529
16- Os tripulantes se esforçaram para que os passageiros pudessem repousar confortavelmente.	1.000	.513
17- A aeronave estava adequadamente limpa.	1.000	.741
18- Os banheiros estavam adequadamente higienizados.	1.000	.772
19- A acolhida e a cordialidade influenciam na escolha da empresa aérea.	1.000	.655
20- A qualidade do serviço de bordo influencia na escolha da empresa aérea.	1.000	.736
21- O entretenimento a bordo influencia na escolha da empresa aérea.	1.000	.617
22- A pontualidade influencia na escolha da empresa aérea.	1.000	.548
23- O conforto influencia na escolha da empresa aérea.	1.000	.678
24- O espaço destinado às bagagens de mão no interior das aeronaves é suficiente para acomodar os pertences de todos os passageiros.	1.000	.597
25- Concordo com o preço cobrado pela alimentação fornecida a bordo das aeronaves.	1.000	.495
26 - Aprecio a qualidade dos alimentos fornecidos a bordo das aeronaves.	1.000	.435

**Fonte:** Autores, 2019

A próxima análise foi a variância explicada que para uma solução de 6 fatores chegou a uma explicação de 61,71% do modelo proposto pelo autor, sendo os demais 38,29% do modelo proposto pelo autor explicados por outros fatores, podendo-se observar, portanto, uma boa explicação dos dados por meio dessa solução (PESTANA; GAGEIRO, 2013).

A última análise de qualidade de modelo foi o Alpha de Cronbach, o qual representa uma medida de confiabilidade para cada fator e que varia de 0 a 1, segundo Hair et al. (2009), sendo os valores de aceitabilidade entre 0,6 e 0,7 os limites inferiores. Os valores do estudo são demonstrados na tabela 9.

**Tabela 9** - Alpha de Cronbach dos Fatores

Fator	Alpha de Cronbach	N° Variáveis	Status
1	.844	5	Suportado
2	.778	5	Suportado
3	.618	4	Suportado
4	.670	3	Suportado
5	.740	2	Suportado
6	.482	2	Não Suportado

Fonte: Autores (2019)

Tendo como base os valores encontrados na tabela 9, pode-se verificar que o fator 6 ficou abaixo da recomendação de Hair et al. (2009), devendo ser eliminado. Assim, a matriz rotacionada com os fatores encontrados no estudo é apresentada na tabela 10.

**Tabela 10** - Matriz de Fatores Nomeados

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

		Component				
		1	2	3	4	5
Atrativos	20- A qualidade do serviço de bordo influencia na escolha da empresa aérea.	.851				
	23- O conforto influencia na escolha da empresa aérea.	.798				
	19- A acolhida e a cordialidade influenciam na escolha da empresa aérea.	.787				
	21- O entretenimento a bordo influencia na escolha da empresa aérea.	.734				
	22- A pontualidade influencia na escolha da empresa aérea.	.721				
Atendimento	3- Os tripulantes sempre se esforçaram para atender prontamente às solicitações dos passageiros.		.790			
	1- Os tripulantes interagiram com os passageiros de forma respeitosa.		.765			
	6- Os tripulantes receberam os passageiros a bordo de forma gentil.		.747			
	13- Os tripulantes se esforçaram, de forma incansável, por auxiliar os passageiros em todas as suas necessidades.		.623			
Bem-estar	9- O número de comissários a bordo permitiu atender prontamente os passageiros.		.548			
	15- O controle de temperatura foi adequado ao meu conforto.			.690		
	14- Considerei satisfatórios os entretenimentos (TV via satélite, internet wireless, filmes) disponibilizados a bordo da(s) aeronave(s).			.647		
Higi-ene	16- Os tripulantes se esforçaram para que os passageiros pudessem repousar confortavelmente.			.565		
	26 - Aprecio a qualidade dos alimentos fornecidos a bordo das aeronaves.			.486		
Low-cost	12- O fornecimento de alimentos e bebidas, somente mediante pagamento durante o voo, reduz o preço da passagem aérea.				.835	
	4- Uma bagagem de mão gratuita de, no máximo, 10Kg gerou redução no preço pago pela passagem aérea.				.771	
Higi-ene	25- Concordo com o preço cobrado pela alimentação fornecida a bordo das aeronaves.				.637	
	18- Os banheiros estavam adequadamente higienizados.					.827
	17- A aeronave estava adequadamente limpa.					.812

Fonte: Autores (2019)

Finalizadas as análises fatoriais o que se percebe é que o programa agrupou as respostas apresentadas em 5 grupos de questões que se inter-relacionam e que podem ser resumidas em 5 fatores que foram objeto da análise do autor, à luz do arcabouço teórico apresentado definidos como “atrativos”, “atendimento”, “bem-estar”, “low-cost” e “higiene”.

## 6 DISCUSSÃO

A partir do agrupamento de questões realizado pelo SPSS e análise dos comportamentos abrangidos em cada grupo, identificou-se a característica marcante de cada um desses grupos para nomeá-los.

Desta forma, o construto, que aqui se pode traduzir como modelo idealizado, para explicar a forma como a hospitalidade é percebida a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro, na visão dos passageiros, é composto por 19 itens que podem ser explicados usando 5 fatores que na escolha feita pelo autor e baseando-se na revisão de literatura foram denominados “atrativos”, “atendimento”, “bem-estar”, “low-cost” e “higiene” escalonados na tabela 10 na sequência de sua importância. Esse escalonamento significa que na visão dos passageiros o fator mais importante são os “atrativos” seguidos sequencialmente na ordem de importância por “atendimento”, “bem-estar”, “low-cost” e “higiene”.

Em termos práticos a análise fatorial exploratória explica a forma como as perguntas se relacionam e à medida que estas conseguem explicar a hospitalidade a bordo das aeronaves.

Esclarecido assim no que consistiu a análise fatorial exploratória, apresentam-se, a seguir, as definições escolhidas pelo autor para cada um dos fatores que se relacionam à hospitalidade a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro.

### **Atrativos**

Fator que está associado a um conjunto de motivos que levam o passageiro a fazer a escolha pela empresa aérea.

### **Atendimento**

Fator que se relaciona à qualidade das relações interpessoais entre passageiros e tripulantes.

### **Bem-estar**

Fator relacionado a aspectos tangíveis e intangíveis que permitem que o passageiro realize a viagem de forma confortável.

### **Low-cost**

Fator associado ao fornecimento de alimentos e bebidas a bordo somente mediante pagamento e à limitação do volume e do peso das bagagens de mão, fatores que estão normalmente associados à operação “low-cost”.

### **Higiene**

Fator associado à sensação de limpeza na cabine de passageiros e nos banheiros.

O primeiro fator denominado “atrativos” é explicado por 5 itens compreendendo qualidade do serviço de bordo; conforto; acolhida e cordialidade; entretenimento e hospitalidade.

O segundo fator denominado “atendimento” é explicado por 5 itens compreendendo o atendimento aos passageiros; o respeito com os passageiros; a gentileza dos tripulantes; o auxílio aos passageiros e a quantidade de comissários.

O terceiro fator denominado “bem-estar” é explicado por 4 itens compreendendo conforto térmico; entretenimentos; auxílio dos tripulantes e qualidade dos alimentos.

O quarto fator denominado “low-cost” é explicado por 3 itens compreendendo o fornecimento de alimentos e bebidas mediante pagamento; a bagagem de mão gratuita de no máximo 10 kg e o preço cobrado pela alimentação.

O quinto fator denominado “higiene” é explicado por 2 itens compreendendo a higiene da aeronave e a higiene dos banheiros.

Apresentada a definição de cada fator e os itens que os explicam se passa a descrever detalhadamente cada um deles. O fator denominado “atrativos” recebeu o mais alto nível de importância pelos respondentes e ao analisar os comportamentos é bastante compreensível que as pessoas gostariam e se sentiriam atraídas por:

- desfrutar de um serviço de bordo com qualidade;
- realizar a viagem com conforto;
- ser acolhido na aeronave com cortesia;
- ter um bom sistema de entretenimento a bordo;
- uma empresa que seja pontual.

Voltando à revisão bibliográfica, ao se abordar o serviço de bordo, Boutaud (2011) enfatiza a importância do resgate da comensalidade, demonstrando que o fornecimento de alimentos e bebidas a bordo das aeronaves não se dá por acaso, tendo a finalidade de congrega os passageiros em um ambiente que apresente o calor da refeição e da acolhida em um lugar que passe a sensação de segurança e bem-estar.

Ao se abordar o conforto, Lashley (2000) lembra que a hospitalidade é prestada a um convidado (passageiro) que está fora de casa por um anfitrião (tripulante), envolvendo necessariamente um provedor e um receptor, permeando fatores tangíveis e intangíveis. Assim, o provedor promove conforto físico, psicológico e a necessária sensação de segurança. É nesse sentido que a hospitalidade se faz presente dentro da cabine de passageiros das aeronaves.

No que se refere ao entretenimento a bordo Milon (2011) aborda o conceito de hospitalidade móvel que passaria do lugar de acolhida como moradia - a habitação hospitaleira - ao lugar do transporte como espaço móvel de existência - o trajeto hospitaleiro, sensação esta facilitada por todos os entretenimentos disponibilizados aos passageiros.

Tal abordagem está em consonância com Kakinoff (2019) ao citar o programa da GOL “mais vida no seu tempo” no qual o avião deveria ser, na percepção do cliente, uma grande máquina do tempo que permitisse realizar a viagem sem perceber ou sentir os desconfortos do deslocamento.

Enfocando a pontualidade Kakinoff (2019) esclarece que para os passageiros de viagens de negócios este item na escolha da empresa aérea fica atrás apenas da conveniência da disponibilidade de horários.

Assim, ao finalizar os comentários relativos ao fator denominado “atrativos” constata-se que, não por acaso, estes itens receberam elevado grau de importância pelos respondentes, pois, como visto, os autores abordados contextualizam no universo da hospitalidade a importância dos “atrativos” na escolha e preferência dos clientes.

O segundo fator na escala de importância atribuída pelos passageiros foi denominado “atendimento”, envolvendo comportamentos que permeiam:

- o esforço dos tripulantes para atender às solicitações dos passageiros;
- a interação dos tripulantes com os passageiros de forma respeitosa;
- a gentileza dos tripulantes com os passageiros;
- o auxílio dos tripulantes aos passageiros; e
- a quantidade de comissários a bordo.

Na visão de Camargo (2004) a hospitalidade pode ser dividida em quatro tempos, quais sejam, recepcionar, hospedar, alimentar e entreter, todos estes inseridos no fator que se usou denominar neste estudo de “atendimento”.

Nos estudos da hospitalidade, pode-se dizer que a qualidade das relações interpessoais, inserindo-se o “atendimento”, constitui o cerne de todo o processo, posto que se leis estritas não forem observadas o processo todo pode desandar na antítese da hospitalidade que seria a hostilidade. Tal visão é amparada por Camargo (2015) para quem a hospitalidade se dá em interstícios, significando dizer que é permeada por momentos cercados de inospitalidade e até, porque não, de hostilidade.

Já Gotman (2001) considera a hospitalidade como o ato de acolher e servir alguém que esteja fora de seu local de domicílio, sendo resumida na relação entre aquele que recebe e aquele que é recebido por alguém. Esse encontro é regido por leis escritas ou não, que definem a continuidade do grupo.

A importância da qualidade do atendimento, mais uma vez, fica expressa na visão de Grinover (2002) para quem a palavra hospitalidade pode ser entendida como recepção de hóspedes, visitantes e viajantes, podendo ser simplificada no ato de bem receber.

Como se percebe a tônica do fator atendimento está relacionada de forma predominante a fatores intangíveis, estando essa constatação em consonância com Lashley (2000) para quem a hospitalidade é conferida por um anfitrião, a um hóspede que esteja fora de sua casa, envolvendo fatores intangíveis das relações humanas com o objetivo de prover segurança e conforto psicológico.

Nesse contexto e com o intuito de melhor esclarecer como os funcionários da empresa GOL são treinados para prover o melhor atendimento aos clientes Kakinoff (2019) esclareceu que toda a equipe de relacionamento com o cliente é orientada a prestar o atendimento baseando-se no tripé: segurança, simplicidade e simpatia. A segurança é inerente à atividade aérea e constitui uma obrigação, não se concebendo uma operação aérea sem segurança. A simplicidade porque a empresa transporta um espectro muito amplo de passageiros, englobando clientes das classes sociais de A até E. Por último, a simpatia é o ingrediente que fará com que o passageiro se sinta acolhido e bem recebido.

O terceiro fator mais bem avaliado pelos respondentes foi denominado “bem-estar” e está associado a aspectos tangíveis e intangíveis que permitem que o passageiro realize a viagem de forma confortável, abrangendo:

- o conforto térmico propiciado pela manutenção de temperatura adequada a bordo;
- a disponibilização de entretenimentos e facilidades como internet de alta velocidade e tv a cabo;
- o esforço dos passageiros ao proporcionar os meios adequados para que os passageiros possam repousar confortavelmente; e
- o fornecimento de alimentação que agrade a maioria dos passageiros.

Aqui se abre um parêntese ao se abordar a hospitalidade pois, neste quesito, se privilegia aspectos tangíveis que serão os responsáveis pela composição do ambiente que permitirá ao passageiro viajar de forma confortável, muito embora os intangíveis também se façam presentes nas relações entre tripulantes e passageiros.

Assim, ao se falar em aspectos tangíveis e intangíveis é oportuno lembrar que Lashley et al (2005), apresentam estudo que revela que a qualidade das interações interpessoais na prestação de serviços se mostra mais efetiva na ocorrência de experiências memoráveis do que a qualidade dos aspectos tangíveis. De posse desse dado leva-se a acreditar que a associação dos aspectos intangíveis (sorriso, simpatia, calor humano, atenção, simplicidade, delicadeza) aos aspectos tangíveis (assentos confortáveis, bom serviço de bordo, temperatura adequada, entretenimento, facilidades) provavelmente formariam o cenário ideal para se acolher os passageiros.

É nesse sentido que Milon (2011) enfatiza a intenção das empresas de vender algo mais do que o simples transporte, mas principalmente de momentos nos quais a pessoa se sinta acolhida e tenha a sensação de ser transportada com segurança, em um ambiente que lhe dê o conforto e a tranquilidade esperada.

Portanto, fica patente a importância do fator “bem-estar” no contexto do transporte aéreo, tendo em vista que ele será decisivo na formação do juízo de valor acerca da qualidade do serviço prestado pela empresa aérea.

O quarto fator apontado na pesquisa está associado a comportamentos que normalmente estão associados à operação das empresas “low-cost”, abrangendo:

- o fornecimento de alimentos e bebidas a bordo somente mediante pagamento;
- a franquia de um máximo de 10kg de bagagem de mão gratuita; e
- o preço cobrado pelos alimentos fornecidos a bordo das aeronaves.

Neste momento, ao se abordar a operação “low-cost” cabe lembrar com Palhares (2002) que com a desregulamentação do setor nos Estados Unidos, alguns conceitos de novas empresas de transporte aéreo passaram a surgir criando condições de crescimento. Um desses conceitos foi o das empresas “low-cost/low-fare” baixo custo/baixa tarifa que se consubstanciou na empresa norte-americana *Southwest Airlines* com a qual o ato de viajar de avião passou a ser algo mais comum, reduzindo sensivelmente o glamour de voar.

Assim, a possibilidade de compra de uma passagem aérea por preços mais acessíveis e em prestações a se perder de vista, trouxe melhoria na qualidade de vida, principalmente, às classes menos abastadas, franqueando oportunidades de viagem e lazer nunca antes imaginadas.

Assim no que se refere à operação “low-cost”, as respostas apresentadas demonstram que o fornecimento de alimentos a bordo, o tamanho e o peso da bagagem de mão, bem como o preço cobrado pelos alimentos a bordo são temas importantes para os respondentes da pesquisa.

Portanto o fator “low-cost”, na visão dos respondentes, é visto como item importante na operação das aeronaves, desde que as restrições impostas aos passageiros, como decorrência dessa filosofia, impliquem na correspondente redução no valor da passagem aérea.

Desta forma, o que se constatou da pesquisa é que existe certa insatisfação no mercado aéreo doméstico brasileiro, tendo em vista que aqui não se vivencia a realidade de uma empresa como, por exemplo, a *Southwest Airlines*, nos Estados Unidos, na qual os voos são realizados de forma espartana, mas têm a contrapartida de passagens de baixo custo, enquanto que no Brasil existe a sensação de que o conforto é diminuído sem que haja qualquer compensação na diminuição do preço das passagens.

O quinto e último fator definido foi denominado “higiene” e se relaciona diretamente à impressão que os passageiros têm acerca da:

- percepção de limpeza da aeronave; e
- percepção da limpeza dos banheiros.

Seria impossível abordar o fator “higiene” sem se falar em conforto, tendo em vista que Nameghi e Ariffin (2013) o definem como um conjunto que envolve tanto os fatores tangíveis relacionados à qualidade da infraestrutura e das facilidades disponibilizadas a bordo, bem como o conforto psicológico que trará a tranquilidade e a confiança necessárias ao bem-estar do passageiro durante a viagem.

Assim, a higiene dentro de seu grau de importância é um dos itens que devem ser observados para que se proporcione aos passageiros a sensação de estarem sendo transportados em um ambiente com níveis adequados de conforto.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa, descrita neste artigo, foi conhecer a forma como os passageiros enxergam a hospitalidade a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro. Para tanto, foi desenvolvido instrumento de coleta de dados que foi aplicado em 1.163 respondentes, por intermédio de formulários impressos e de link do *Google forms*.

O passo seguinte foi submeter os dados obtidos à análise fatorial exploratória utilizando o software SPSS, tendo o programa agrupado as respostas apresentadas em 5 grupos de questões que se inter-relacionam e que podem ser resumidas em 5 fatores que foram objeto da análise do autor, à luz do arcabouço teórico apresentado.



Desta forma, o construto, que aqui se pode traduzir como modelo idealizado, para explicar a forma como a hospitalidade é percebida a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro, na visão dos passageiros, é composto por 19 itens que podem ser explicados usando 5 fatores que na escolha feita pelo autor e baseando-se na revisão de literatura foram denominados “atrativos”, “atendimento”, “bem-estar”, “low-cost” e “higiene” escalonados na tabela 10 na sequência de sua importância.

No que se refere à principal contribuição desta pesquisa, esta se prende ao fato de se desenvolver um modelo para aferir a hospitalidade a bordo das aeronaves do transporte aéreo doméstico brasileiro, abordando fatores diferentes dos utilizados por Nameghi e Ariffin (2013), voltados, desta feita, especificamente para a realidade brasileira.

Já no que diz respeito às impressões dos autores, o trabalho permitiu conhecer um pouco mais da hospitalidade a bordo das aeronaves no transporte aéreo doméstico brasileiro, ficando claro que a dimensão conforto, em especial, no que diz respeito aos aspectos tangíveis ainda deixam a desejar na visão dos passageiros. De forma geral a visão dos passageiros é positiva e aparentemente o que mais os incomoda é o fato de que determinados cortes de custos realizados a bordo, tais como serviço de bordo somente mediante pagamento e restrição da bagagem gratuita a 10 Kg não resultaram em diminuição no preço da passagem aérea, pairando a sensação de que de alguma forma estariam sendo prejudicados.

Cabe também lembrar que este estudo possui limitações e que estas se prendem ao fato de que a pesquisa foi limitada ao transporte aéreo doméstico brasileiro, não sendo possível generalizar estes resultados para o transporte aéreo internacional e para o contexto de outros países.

Quanto à sugestão de novos estudos esta pode estar relacionada à aplicação do instrumento de pesquisa em outros países, permitindo assim uma análise comparativa entre a realidade brasileira e a de outros países.

## REFERÊNCIAS

- Araujo, M. V.; Freitas, H. B. B.; Gomes, J. S.; Brito, M. I. M. (2016). O turismo potiguar que chegou a perder 100 mil desembarques. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, Vol. 10, n 3, set./dez. DOI: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i3.954>
- Archana, R.; Shuba, Dr. M. V. (2012). A study on service quality and passenger satisfaction on indian airlines. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), Feb. Disponível em: [http://www.prosperfinancialmanagement.com/assets/client\\_files/PDFs/jd.pdf](http://www.prosperfinancialmanagement.com/assets/client_files/PDFs/jd.pdf). Acesso em: 15 jun. 2019.
- Boutaud, J. J. (2011). Comensalidade: compartilhar a mesa. In: Montandon, Alain. *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC.
- Calçada J. R. M. (2018) *A hospitalidade percebida pelos tripulantes do CAN no atendimento às populações isoladas da Amazônia*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: [https://portal.anhembi.br/wp-content/uploads/2018/12/disserta%C3%A7%C3%A3o\\_ROBERTO-MOREIRA-CAL%C3%87ADA-JUNIOR.pdf](https://portal.anhembi.br/wp-content/uploads/2018/12/disserta%C3%A7%C3%A3o_ROBERTO-MOREIRA-CAL%C3%87ADA-JUNIOR.pdf). Acesso em: 15 jun. 2019.
- Camargo, L. O. L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Camargo, L. O. L. (2015). Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, maio, 2015. Disponível em: <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/574>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Camargo, L.O.L. (2019). Hospitalidade, turismo e lazer. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo 13 (3), p. 1 – 15, set./dez. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1749>.
- Chang, H., Yang, C. (2008). Explore airlines' brand niches through measuring passengers' repurchase motivation-an application of Rasch measurement. *Journal of Air Transport Management* 14, p. 05– 112. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2008.02.004>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Derrida, J. (1997). *De l'hospitalité*. Paris: Calmann-Lévy.
- Faizan A., Bidit L. D., Raffaele F. (2015). An assessment of service quality and resulting customer satisfaction in Pakistan International Airlines: Findings from foreigners and overseas Pakistani customers. *International Journal of Quality & Reliability Management*, v. 32(5), pp.486-502, Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJORM-07-2013-0110>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Favorito, F. (2013). *Avaliação do Setor de Serviços do Aeroporto de Congonhas*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: <http://www.univates.br/revistas/index.php/estudo-debate/article/view/606>. Acesso em: 15 jun. 2019.

- Félix, G. R. A. (2006). *Educação corporativa: estudo de caso em uma empresa de transporte aéreo*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp009882.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Gotman, A. (2001). *Le sens de l'hospitalité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Grinover, L. (2002). Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: Dias, Célia M. (org). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole.
- Hair, J. F. et al. (2009). *Análise multivariada de dados*. Edição: 6a ed. [s.l.] Bookman.
- Kakinoff, P. S. (2019). *Paulo Sérgio Kakinoff: entrevista* [mar. 2019]. São Paulo, 1 arquivo .mp3 (25':18").
- Kaperaviczus, A. F. (2015). *A Evolução da Hospitalidade na Aviação: do voo do "Jahú" aos tempos atuais de competição entre empresas tradicionais e "low-cost"*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: <http://docplayer.com.br/15994162-Universidade-anhembi-morumbi-alexandre-faro-kaperaviczus.html>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Lashley, C. (2000). Towards a Theoretical Understanding, In: C. Lashley and A. Morrison (eds) *In Search of Hospitality. Theoretical Perspectives and Debates*. Oxford: Butterworth.
- Lashley, C., Morrison, A., Randall, S. (2005). More Than a service encounter? Insights into the emotions of hospitality through special meal occasions. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 8 (1), 80-92. Disponível em: <https://www.questia.com/library/journal/1G1-133410848/more-than-a-service-encounter-insights-into-the-emotions>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Malhotra, N. (2011). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Edição: 6a ed. Porto Alegre: Bookman.
- Marconi, M. A., Lakatos, E. M. (2002). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas.
- Masarat, G., Jha, S. (2014). Assessing Customer Perception of Service Quality: Comparative Study of Airlines in UAE. *World Review of Business Research*, 4(2), p. 291 – 303, jul. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/855d/117fe4bc239712f4fde8d01f08809f8284fd.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Milon, A. (2011). Metrô: uma trans-hospitalidade. In: Montandon, Alain (dir.). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC.
- Mingoti, S. A. (2007). *Análise de dados através de métodos de estatística multivariada: uma abordagem aplicada*. Edição: 1 ed. Belo Horizonte: UFMG.
- Motiani, S., Patil, J., Borkar, S. (2013). Role and Scope of hospitality in aviation. *International Journal of Commerce and Business Management*. 6(1), April. Acesso em: [http://www.researchjournal.co.in/upload/assignments/6\\_1-4\\_1.pdf](http://www.researchjournal.co.in/upload/assignments/6_1-4_1.pdf). Acesso em: 15 jun. 2019.
- Nameghi, E. N. M. (2013). The relationship between private domain and commercial domain of hospitality in airlines: employing partial least square technique. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 2013. Disponível em: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/22330>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Nameghi, E. N. M., Ariffin, A. A. M. (2013). The measurement scale for airline hospitality: Cabin crew's performance perspective. *Journal of Air Transport Management*. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969971300032X>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Nejati, M., Nejati, M., Shafaei, A. (2009). Ranking airlines' service quality factors using a fuzzy approach: study of the Iranian society. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(3), pp.247-260, Disponível em: <https://doi.org/10.1108/02656710910936726>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Nilsson, J. H. (2012). Hospitality in aviation: a genealogical study. *Hospitality & Society Journal*, 2(1), p 77-98. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/intellect/hosp/2012/00000002/00000001/art00005>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- Salva, V. (2017). *A Gestão de Serviços em Hospitalidade: O papel do comissário como anfitrião nas empresas aéreas comerciais brasileiras*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/437.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2019.
- Santos, A. J. N. (2017). *Hospitalidade e Serviços a Bordo de Aeronaves: o caso da Azul Linhas Aéreas*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. Disponível em: [http://bdtd.ibict.br/vu-fund/Record/ANHE\\_b3445679efa4ae8dfaaea02579ce0db1](http://bdtd.ibict.br/vu-fund/Record/ANHE_b3445679efa4ae8dfaaea02579ce0db1). Acesso em: 15 jun. 2019.
- Suki, N. M. (2014). Passenger satisfaction with airline service quality in malaysia: a structural equation modeling approach. *Research in Transportation Business & Management* 10 (2014), p. 26–32. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210539514000108>. Acesso em: 15 jun. 2019.

Vasconcelos, A. I. T., Machado, D. Q., Almeida, S. R., Arruda, D. M. O., Matos, F. R. N. (2015). O papel das experiências de consumo na construção da imagem das marcas: um estudo nas companhias aéreas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, 9(1), pp. 138-155, jan./abr. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v9i1.745>.

Yeoh, E., Chan, J. K. L. (2011). Malaysian Low Cost Airlines: Key influencing Factors on Customers' Repeat Purchase Intention. *World Applied Sciences Journal*, 12, issue special, p. 35-43. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/fdcc/ba37d9a357832e144d15c668ea7711adb337.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2019.

## Informações dos autores

### Alexandre Faro Kaperaviczus

Especialista em Gestão de Processos pela Universidade Federal Fluminense - UFF (2005). Curso de Comando e Estado-Maior da Aeronáutica pela Universidade da Força Aérea - UNIFA (2005). Especialista Docente em Gestão Empresarial pela Associação de Ensino Unificado do Distrito Federal - AEUDF (2002). Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da Aeronáutica pela Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais da Aeronáutica - EAOAR (1997). Bacharel em Direito pela Fundação de Ensino Octavio Bastos - FEOB (1995). Bacharel em Ciências Aeronáuticas pela Academia da Força Aérea - AFA (1987). Advogado (Áreas Cível, Trabalhista, Contratual e Propriedade Intelectual). Gerente-Adjunto de Projetos Aeronáuticos no Subdepartamento de Desenvolvimento e Programas da Aeronáutica (2001-2004 e 2006). Vice-Diretor do Grupo de Trabalho Brasil-Itália para o Programa Aeronave de Combate - AMX (2007-2008). Gerente do Projeto Aeronave Leve de Ataque - AL-X na Comissão Coordenadora do Programa Aeronave de Combate (2009-2010). Piloto Militar da Força Aérea Brasileira (1985-2010). Professor do Curso de Aviação Civil da Universidade Anhembi Morumbi (2012). Professor da Pós-Graduação em Direito Aeronáutico da Universidade Anhembi Morumbi. (2014) Coordenador da Pós-Graduação de Direito Aeronáutico da Universidade Anhembi Morumbi (2016). Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Doutor em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Membro do grupo de pesquisa Hospitalidade na Competitividade em Serviços disponível em <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelho-grupo/5958223074039087#identificacao>.

Contribuição do Autor: concepção da pesquisa; revisão da literatura; coleta de dados; análise de dados; discussão.

Email: [farokape@gmail.com](mailto:farokape@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0819-0745>

### Airton José Cavenaghi

Graduou-se em História (licenciatura plena) pela Universidade Estadual Paulista - UNESP, campus de Assis, obteve os títulos de mestre e doutor em História Social pela Universidade de São Paulo - USP. Atualmente é Professor Pesquisador na Universidade Anhembi Morumbi-SP no PPG em Hospitalidade da mesma IES. Editor Adjunto da Revista Hospitalidade pertencente ao PPG em Hospitalidade da UAM-SP. Tem experiência na área de História, com ênfase em História do Brasil (século XIX), atuando principalmente nos seguintes temas: urbanização brasileira, fotografia, patrimônio cultural, memória, iconografia, bibliologia paulista e cartografia histórica. Ministra, também, aulas nas graduações de Turismo, Hotelaria e Eventos nas áreas de Patrimônio Cultural, Antropologia (espaço, território e identidade). Desenvolve pesquisas na área de Ciências Sociais Aplicadas, com enfoque na interpretação das dimensões, resultantes da percepção da hospitalidade na contemporaneidade.

Contribuição do Autor: concepção da pesquisa; revisão da literatura; análise de dados; discussão.

Email: [acavenaghi@gmail.com](mailto:acavenaghi@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1084-8158>

### Paulo Sérgio Gonçalves de Oliveira

Atualmente é Professor e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade (Mestrado e Doutorado) e do Mestrado Profissional de Gestão de Alimentos e Bebidas da Universidade Anhembi Morumbi, onde é responsável por ministrar as disciplinas de Cadeia de Suprimentos em Gestão de A&B e Seminários de Tese em Hospitalidade na Competitividade em Serviços. Desenvolve pesquisas na área da Cadeia de Suprimentos em A&B, comunidades de prática (CoP) em desenvolvimento de inovações no segmentos de A&B e Hospitalidade, Tecnologia da Informação, Gestão do Conhecimento, Métodos Quantitativos Aplicados a Administração, Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística e Gestão do Ciclo de Vida de Produtos, utilizando as seguintes técnicas: modelagem de equações estruturais, análise fatorial exploratória, Inteligência Artificial aplicada a A&B e Hospitalidade (Redes Neurais, Lógica Fuzzy e Algoritmos Genéticos), Análise de Decisão Multicritério (Topsis, Fuzzy Topsis, Vikor, Fuzzy AHP e AHP). Atualmente coordena o projeto de pesquisa "Comunidades de Prática para a Promoção de Inovações no Setor de Gastronomia", com fomento do CNPQ, sob o número "431786/2018-6" Chamada Universal?, o qual objetiva desenvolver pesquisas para os setores de Gastronomia e Hospitalidade. Também atua como pesquisador colaborador da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, contribuindo com o desenvolvimento de pesquisas para o Grupo de Gestão de TI. Possui Doutorado em Engenharia de Produção, pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP), onde desenvolveu o estudo "Proposição do modelo PLM-PV3G para gestão do ciclo de Vida de Produtos", Mestrado em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), onde desenvolveu o estudo "Fatores que Influenciam a Formação de Novos Administradores e Graduação em Administração pela Faculdade de Informática e Administração Paulista. Foi Consultor na Empresa Indra Consulting, tendo atuado como Administrador de Banco de Dados, Administrador de Dados e também responsável pelo Programa de Formação de Novos Trainees, "Jovens Aprendizes" o qual foi uma proposição da Indra Madrid, objetivando atrair e formar jovens talentos em Tecnologias que a empresa utilizava e que possui dificuldade em encontrar profissionais. Como professor da Graduação atua nas Escolas de Administração e Hospitalidade, ministrando as disciplinas de Gestão por Processos, Administração de Sistemas de Informação, Estratégia Organizacional, na Escola de Engenharia, Arquitetura e Tecnologia ministra as disciplinas de Gestão e Administração de TI, Administração Estratégica, Administração de Serviços e Ergonomia do Trabalho.

Contribuição do Autor: revisão da literatura; coleta de dados; análise de dados; discussão.

Email: [psgoliveira@hotmail.com](mailto:psgoliveira@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9122-4904>