

Análise do desempenho das companhias aéreas brasileiras através da escala SERVQUAL

Performance analysis of Brazilian air companies using the SERVQUAL scale

Thais Andreia Aragão Santana¹ - Universidade Federal de Sergipe - Departamento de Engenharia de Produção
Thaysa Maria de Farias Moura² - Universidade Federal de Sergipe - Departamento de Engenharia de Produção
Larissa Vasconcelos Costa³ - Universidade Federal de Sergipe - Departamento de Engenharia de Produção
Cleiton Rodrigues de Vasconcelos⁴ - Universidade Federal de Sergipe - Departamento de Engenharia de Produção

RESUMO Nos últimos dez anos, o setor aéreo brasileiro teve um crescimento anual maior que o Produto Interno Bruto (PIB). Esse crescimento estimula a concorrência e a melhoria na qualidade dos serviços das empresas aéreas. Dessa maneira, as companhias precisam conhecer seus clientes e conquistar relacionamentos de longo prazo. Partindo dessa premissa, utilizou-se o instrumento SERVQUAL para avaliar os atuais serviços fornecidos pelas empresas brasileiras de aviação civil em voos domésticos. Ao avaliar o gap entre a expectativa e o desempenho do serviço, todos os quesitos foram negativos. Observou-se pela análise dos gaps e percepções que os itens com melhor desempenho tratam sobre a comunicação clara entre os funcionários e os clientes. Constatou-se que o modelo SERVQUAL pode ser utilizado de forma complementar aos dados da Agência Nacional de Aviação Civil e da Secretaria de Aviação Civil para a avaliação da qualidade dos serviços aéreos nacionais. A ferramenta se mostrou eficiente em mensurar a qualidade dos serviços aéreos.

Palavras-chave: Avaliação do desempenho. Setor aéreo brasileiro. Escala SERVQUAL.

ABSTRACT *In the last ten years, the Brazilian air sector has grown faster annually than the Gross Domestic Product. This growth has stimulated competition and improved the quality of services in airlines. Thus, companies need to know their customers and foment long-term relationships. Based on this premise, we used the SERVQUAL instrument to evaluate the current services provided by Brazilian civil aviation companies on domestic flights. In assessing the gap between the expectation and the performance of the service, all the questions were negative. Through the analysis of gaps and perceptions, it was observed that the items with better performance were clear communication between the staff and customers. To assess the quality of national air services, it was observed that the SERVQUAL Model can be used to complement data from the National Civil Aviation Agency and the Civil Aviation Department. The tool proved effective in measuring the quality of air travel services.*

Keywords: *Performance's evaluation. Brazilian air sector. SERVQUAL scale.*

1. Rua Doutor José Calumby, 174, Suissa, Aracaju-SE, CEP: 49.050-020, thais.aa.santana@gmail.com; 2. thaysamoura08@gmail.com;

3. larissavasconcelosc@hotmail.com; 4. cleitongv@yahoo.com.br

SANTANA, T. A. A.; MOURA, T. M. F.; COSTA, L. V.; VASCONCELOS, C. R. Análise do desempenho das companhias aéreas brasileiras através da escala SERVQUAL. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, Ano 13, nº 1, jan-mar/2018, p. 105-121.

DOI: 10.15675/gepros.v13i1.2010

1. INTRODUÇÃO

Segundo a Secretaria de Aviação Civil (2015), o setor aéreo brasileiro cresceu a uma média anual de três vezes o aumento médio do Produto Interno Bruto (PIB) no período de 2004 a 2014. Entre os anos de 2013 e 2014 os movimentos de passageiros cresceram 6,45% (Infraero, 2015). No acumulado de 2004 a 2014, o número de passageiros cresceu 170%, alcançando 117 milhões em 2014 (SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL, 2015). Conforme as projeções da Secretaria de Aviação Civil (2015), espera-se que em 2034 o Brasil receba anualmente mais de 600 milhões de passageiros.

O setor aéreo possui uma intensa competitividade, por isso, conhecer o que os clientes esperam em termos de serviços é de grande valia para que os gestores de empresas se empenhem em atender as expectativas dos clientes. Fatores como experiência com outros voos, atendimento das necessidades, comunicação interpessoal, imagem da empresa e conforto exercem influência na qualidade do serviço oferecido.

Dentro desse contexto, um instrumento adequado e bastante difundido para mensurar a qualidade dos serviços aéreos é o modelo SERVQUAL. Sua utilização apresenta bons diagnósticos em vários setores de serviços, além de ser um instrumento válido e confiável em comparação a outras ferramentas. O resultado objetivo do modelo facilita a tomada de decisões para melhoria dos pontos fracos do serviço.

O presente estudo priorizou as quatro principais companhias aéreas, em que se enquadram: TAM, GOL, Azul e Avianca, que juntas obtiveram 98,8% dos passageiros transportados no mercado doméstico no ano de 2014 (AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL, 2015).

A pesquisa visa averiguar quais dimensões da qualidade são mais importantes para os usuários das companhias aéreas nacionais; desenvolver um instrumento de avaliação da qualidade de serviço do setor aéreo brasileiro com base na escala SERVQUAL e mensurar através da mesma escala a relação entre as expectativas e percepções dos clientes sobre o serviço fornecido.

A pesquisa foi realizada de modo *online* e disponibilizada através de redes sociais, grupos focais e demais interessados. Contemplou uma amostra de 101 respondentes que já utilizaram os serviços aéreos da aviação civil brasileira.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Características dos serviços de aviação no mundo

A auditoria Skytrax (2015), responsável por pesquisas de qualidade de serviço de aviação, divulgou em junho de 2015 a lista com as 100 melhores companhias aéreas do mundo. As três primeiras colocadas no ranking são asiáticas, entre elas: *Qatar Airways*, seguido pela *Singapore Airlines* e *Cathay Pacific Airways*, respectivamente. A pesquisa foi efetuada com clientes de 105 nacionalidades, relativas a 245 empresas aéreas, desde internacionais até as menores nacionais.

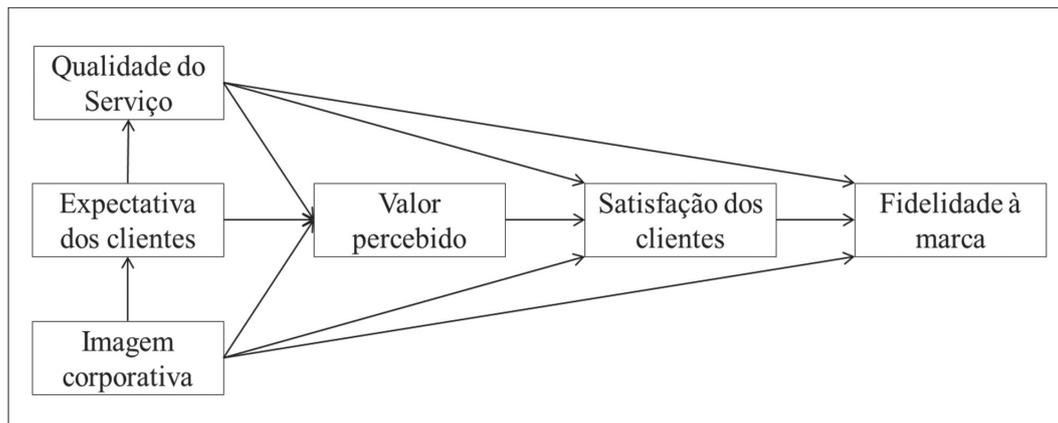
Outras categorias também recebem prêmios, como as melhores por região, mais baixo custo, serviços de aeroporto e de cabine. Para todas as categorias são realizados questionários com 41 pontos-chaves, entre eles limpeza de cabine, *check-in* de embarque, conforto de assentos, serviços de pessoal e bagagem.

Na categoria melhores companhias aéreas da América do Sul, o Brasil aparece representado pela companhia Avianca, TAM e Azul que aparecem no ranking das 100 melhores do mundo nas posições 49^a, 51^a e 62^a, respectivamente. Essas informações mostram que o país tem uma boa qualidade no serviço aéreo, no entanto precisa ser melhorada para que consiga ser competitiva com as melhores do mundo. No quesito menor custo da América do Sul, o Brasil aparece em primeiro lugar com a companhia Azul, seguida da companhia Gol.

De acordo com Basfirinci e Mitra (2015), o setor de indústrias aéreas é o mais padronizado do mundo, porém ainda sofre influências culturais, que cabe aos gestores identificá-las e decidir quais elementos são estáveis para o mercado internacional e quais devem se adequar à localidade.

Hussain et al. (2015) investigaram como se relacionavam seis elementos: a imagem do provedor do serviço, as expectativas dos clientes, a qualidade do serviço, a satisfação do cliente, o valor percebido e a fidelidade à marca em uma empresa aérea em Dubai e chegaram ao modelo da Figura 1.

Figura 1 - Modelo de satisfação do cliente de companhia aérea.



Fonte: HUSSAIN et al. (2015).

O estudo de Hussain et al. (2015) mostra através de modelagem de equações que a imagem corporativa, o valor percebido e a qualidade do serviço afetam positivamente na satisfação do cliente, que levam a clientes fiéis e com intenções de recompra, gerando lucro para a empresa.

2.2. Panorama dos serviços de aviação civil no Brasil

Nos últimos anos, o setor aéreo tem se consolidado na economia brasileira de forma bastante otimista. O crescimento se deve principalmente pelo aumento do poder de compra de uma boa parcela da população (classe média brasileira), aprimoramento dos programas de milhagens, a baixa de preços e o melhor financiamento de passagens aéreas (PORTAL BRASIL, 2014).

O setor aéreo possui uma intensa competitividade, por isso as empresas aéreas precisam conhecer as necessidades, expectativas e prioridades dos seus clientes para aumentar a vantagem competitiva (BASFIRINCI; MITRA, 2015). Para Hussain et al. (2015), em um setor aéreo competitivo, satisfazer os clientes não é suficiente, é preciso ultrapassar as expectativas criando relacionamentos de longo prazo, menos suscetível a persuasão da concorrência e com fidelização à marca.

Segundo dados da Secretaria de Aviação Civil (2015), o custo da passagem aérea doméstica teve uma redução de 48% entre 2004 e 2014. Além disso, o índice de atraso nos aeroportos caiu de 29,84% para 11,3%, entre 2007 e 2014, e a demanda de passageiros aumentou 88% (SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL, 2015).

O modal aéreo tem se tornado o meio de transporte mais utilizado pela população brasileira para viagens estaduais de longa distância (maiores que 75 km). Segundo o estudo do Ministério do Turismo (2015), é estimado que 33% da população brasileira que tem pretensão de viajar irão de carro, enquanto que 49,6% irão de avião.

O estudo sobre a intenção de viagens da população brasileira, com previsão para seis meses, apontou nos meses de setembro e outubro de 2015 um aumento na escolha de destinos nacionais (MTur, 2015). Para o mês de setembro foram 77% dos brasileiros que escolheram viajar dentro do país e em outubro 84,1% (MTur, 2015). Esse índice crescente deve-se principalmente ao aumento do dólar.

A opção de viagens dentro da fronteira brasileira se mostrou crescente para praticamente todas as faixas etárias no período de outubro de 2014 a 2015, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1 - Índice de escolha de destino nacional por faixa etária.

Faixa etária	Outubro de 2014 (%)	Outubro de 2015 (%)
Menores de 35 anos	75,3	75,3
Entre 35 e 44 anos	68,3	84,4
Entre 45 e 60 anos	68,7	77,7
Maiores de 60 anos	62,9	68,6

Fonte: MTur (2015).

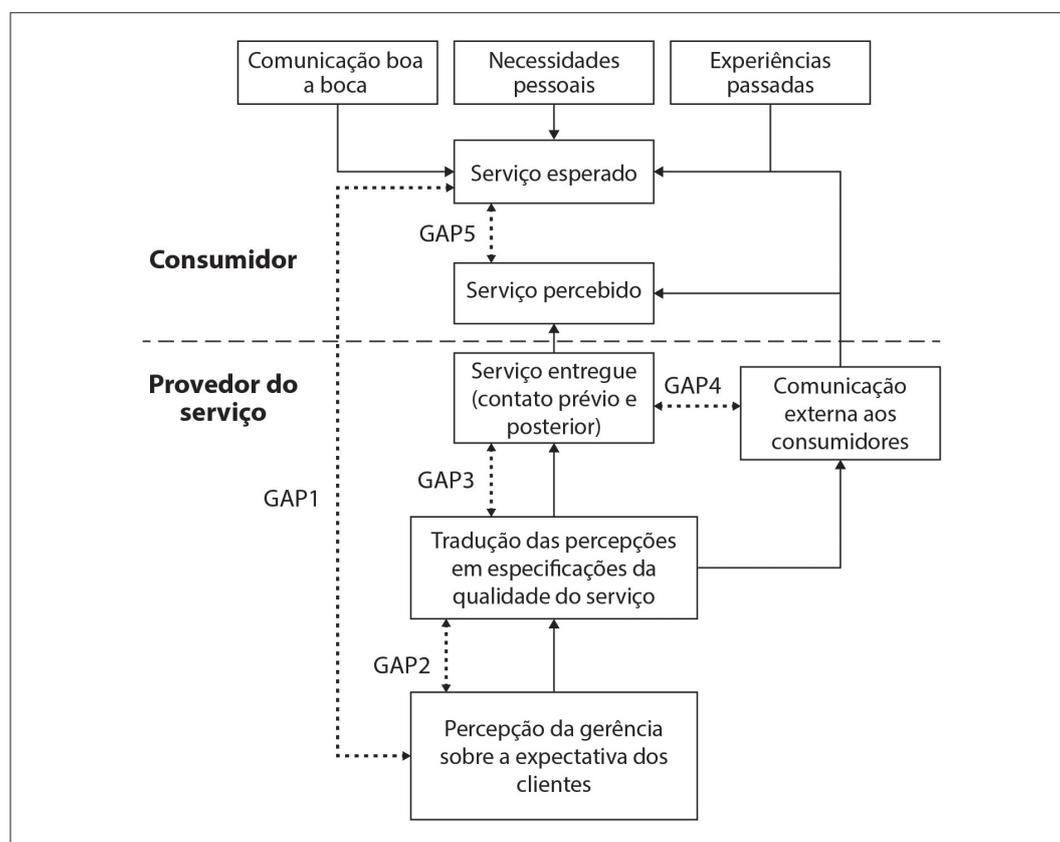
O maior índice de escolha e de aumento foi para a faixa de 35 e 44 anos, que está dentro da faixa que viaja em sua maioria a trabalho ou estudo, de acordo com dados da Secretaria de Aviação Civil (2015). Com o aumento do dólar, os intercâmbios e trabalhos fora do país tiveram que ser postergados.

Em relação à qualidade dos serviços, a Associação Brasileira das Empresas Aéreas (2016) afirmou que os principais pontos valorizados pelo cliente são: a pontualidade, o manuseio adequado das bagagens e o bom atendimento dos passageiros nos aeroportos.

2.3. A Escala SERVQUAL

Parasuraman et al. (1985) realizaram uma investigação exploratória através de entrevistas com grupos de clientes e executivos de firmas de serviços para entender o conceito da qualidade de serviço. A partir dessa investigação, foi-se constatado que existem discrepâncias (*gaps*) entre a qualidade percebida pelos executivos e a efetivamente entregue aos consumidores. As ideias obtidas durante as entrevistas foram sintetizadas pelos através da Figura 2.

Figura 2 - Modelo de *gap*.



Fonte: PARASURAMAN et al. (1985).

De acordo com a Figura 2 as variáveis que afetam a qualidade do serviço estão representadas pelos *gaps* de um a cinco:

- *Gap 1* – diferença entre o que o cliente espera do serviço e como a gerência entende a expectativa do consumidor. Segundo Soita (2012), pode estar atrelado a uma falta de comunicação interna em uma organização com muitos níveis hierárquicos;
- *Gap 2* – discrepância entre a percepção da gerência quanto à expectativa do cliente e as especificações da qualidade do serviço.
- *Gap 3* – lacuna entre as especificações do serviço e como o mesmo é entregue ao consumidor. Para Soita (2012), essa diferença está intrinsecamente ligada à equipe que fornece o serviço, que depende das especificações estarem claras, a motivação individual e a supervisão das atividades;
- *Gap 4* – disparidade entre o serviço entregue e como é apresentado aos consumidores.
- *Gap 5* – diferença entre o serviço percebido e o serviço esperado pelo cliente. É decorrente dos quatro *gaps* anteriores. Caso ocorra pelo menos uma das lacunas de 1 a 4 existirá a variação entre o que o cliente recebe do serviço e o que era esperado. Segundo Soita (2012) os *gaps* de 1 a 4 estão sob o controle da empresa e podem ser reduzidos ou até eliminados, se os fornecedores do serviço descobrirem as causas das alterações, diminuindo assim o *gap 5*.

Purcarea et al. (2013) afirmaram que os *gaps* de cada aspecto normalmente são avaliados como pontuações aglomeradas, que servem para sinalizar pontos fortes e fracos e evitar resultados indesejados.

Após várias análises estatísticas, Parasuraman et al. (1988) chegaram ao instrumento SERVQUAL com 22 itens e cinco dimensões:

- Aspectos tangíveis: aparência dos funcionários, instalações e equipamentos;
- Credibilidade: realizar o serviço de forma precisa e confiável;
- Responsividade (presteza): oferecer ajuda aos clientes e responder às solicitações de forma ágil;
- Garantia: ter domínio sobre a atividade desempenhada, ser cortês e transparecer confiança ao cliente;
- Empatia: proporcionar atenção individual aos usuários do serviço.

Segundo Purcarea et al. (2013) a escala SERVQUAL examina como os consumidores avaliam a qualidade dos serviços em suas mentes: uma pontuação de *gap* positiva sugere que cumpriu (ou ultrapassou) as expectativas dos clientes, enquanto que uma pontuação negativa indica uma falha.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. Objeto de estudo

O conhecimento das principais características dos serviços prestados pelas companhias aéreas domésticas brasileiras é o objeto da pesquisa. Para encontrá-las, utilizou-se como base a escala SERVQUAL original com 22 itens e cinco dimensões, informações da pesquisa de qualidade da Skytrax (2015), o questionário de Basfirinci e Mitra (2015) e demais tópicos considerados relevantes para a pesquisa.

Ao se conhecer as principais características dos serviços prestados pelas companhias aéreas domésticas brasileiras pode-se mensurar e tomar decisões adequadas para a melhoria da qualidade dos serviços.

3.2. Procedimentos de coleta de dados

Para a avaliação da qualidade dos serviços das empresas aéreas foi elaborado um questionário de acordo com o modelo SERVQUAL contendo 22 itens, objetivando conhecer as expectativas dos clientes quanto ao serviço e mensurar o desempenho percebido.

A escala *Likert* de cinco pontos, onde 1 é atribuído “discordo plenamente” e 5 “concordo plenamente”, permitiu mensurar as respostas da amostra consultada. A variação da qualidade de serviço deve estar compreendida na faixa de -4 a +4, que é a máxima pontuação de *gap* que poderá ser obtida.

A estimativa do tamanho mínimo da amostra aleatória (n_0) a ser obtida foi calculada através da Equação (1), de acordo com Oliveira e Grácio (2005).

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{E_0^2} \quad n_0 = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,54) \cdot (0,46)}{(0,1)^2} \quad 95,4 \sim 96 \text{ respondentes} \quad (1)$$

Onde:

Z : é o valor padronizado da distribuição normal para o nível de confiança adotado;

p : é a proporção de ocorrência do evento na população;

E_0 : é o nível de tolerância do erro amostral aceitável.

O parâmetro p foi calculado através da Equação (2). Os dados de quantidade de passageiros movimentados em 2014 foram obtidos no anuário da Infraero (2015) e a quantidade de indivíduos do Brasil em 2014 foram extraídos através do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2015).

$$p = \frac{\text{quantidade de passageiros em 2014}}{\text{população do Brasil em 2014}} = \frac{109.357.188}{202.768.562} = 0,54 \quad (2)$$

O questionário ficou acessível durante o período de 2 a 22 de fevereiro de 2016, disponibilizado de forma *online* através de redes sociais, grupos focais e demais interessados, que já utilizaram os serviços aéreos da aviação civil brasileira. Após os 20 dias de coleta de dados, conseguiu-se uma amostra de 101 respondentes.

3.3. Procedimentos de análise de dados

Para avaliação dos dados foi utilizada a abordagem de quartis, que subdivide um conjunto de valores em quatro partes iguais, sendo (MEDRI, 2011):

- Primeiro quartil: contém 25% dos dados;
- Segundo quartil: contém 50% dos dados;
- Terceiro quartil: contém 75% dos dados.

De acordo com Medri (2011), a seguinte sequência deve ser utilizada para encontrar o valor dos quartis:

- Classificar os valores do menor para o maior;
- Encontrar a posição do item através da Equação (3).

$$L = \frac{k.n_1}{100} \quad (3)$$

Onde:

L: posição do item no quartil;

k: é o percentual correspondente ao quartil;

n_1 : é a quantidade de itens do conjunto de valores.

Como a quantidade de itens foi fixa ($n = 22$), as posições encontradas foram: $L = 5,5$ para o primeiro quartil, $L = 11$ para o segundo e $L = 16,5$ para o terceiro quartil. A critério de desempate da posição, utilizou-se a fórmula padronizada do Excel para quartis para encontrar o valor exato da separação.

Quanto a análise empregada para a categorização dos atributos em quartis, o agrupamento foi realizado utilizando o Excel e medidas estatísticas descritivas para parametrizar os itens críticos, como citado por Medri (2011) e Purcarea et al. (2013).

4. RESULTADOS

Os 22 itens da escala SERVQUAL utilizados na pesquisa criados para fins desta pesquisa tomaram como base dados da pesquisa de qualidade da Skytrax (2015) e do trabalho de Basfirinci e Mitra (2015). A alocação dos itens atendeu o modelo das cinco dimensões da escala SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1988).

A Tabela 2 apresenta os temas abordados nas questões, as respectivas dimensões e seus valores médios de percepções (P), expectativas (E) e *gaps* (G) para a amostra de 101 respondentes. Pode-se perceber que os 22 itens da escala obtiveram pontuações negativas de *gap* (P - E).

Tabela 2 - Resumo dos quesitos e dimensões com suas percepções, expectativas e *gaps* médios para a escala SERVQUAL desenvolvida para o setor aéreo brasileiro.

DIMENSÕES E QUESITOS		E	P	G
Aspectos Tangíveis		4,52	3,29	-1,23
1	Parte interna do avião limpa e bem conservada	4,76	4,05	-0,71
2	Assentos confortáveis e espaçosos	4,55	2,50	-2,05
3	Alimentos de boa qualidade e com variedade	4,11	2,71	-1,40
4	Iluminação e temperatura adequada durante o voo	4,65	3,91	-0,74
Credibilidade		4,68	3,58	-1,10
5	Funcionários oferecem informações sobre embarque e condições de voo	4,58	3,75	-0,83
6	Aptidão dos comissários em fornecer informações e conferir os cintos de segurança	4,76	4,18	-0,58
7	Cumprimento dos horários de partida e chegada de acordo com o anunciado na compra	4,73	3,53	-1,20
8	A comunicação do piloto é clara e cortês	4,57	4,07	-0,50
9	Preços justos de acordo com a distância do destino	4,75	2,39	-2,37
Responsividade		4,72	3,45	-1,26
10	Avisos dos funcionários sobre cancelamento e atraso de voos	4,85	3,15	-1,70
11	Aptidão dos funcionários para responder as dúvidas	4,67	3,61	-1,06
12	Resolução rápida de problemas com a passagem ou documentação	4,65	3,38	-1,28
13	Empregados estão dispostos a ajudar os clientes e atentos às suas necessidades	4,68	3,66	-1,02
Garantia		4,50	2,95	-1,55
14	O comportamento dos funcionários inspira confiança	4,76	3,07	-1,69
15	Divulgação de informações sobre segurança operacional, taxas de atrasos ou cancelamentos	4,45	2,99	-1,46
16	Pesquisas sobre a qualidade dos serviços após a viagem	4,19	2,18	-2,01
17	Boa imagem e reputação	4,58	3,54	-1,04

DIMENSÕES E QUESITOS		E	P	G
Empatia		4,69	3,44	-1,24
18	Disponibilizar os horários de voos e disponibilidades para possíveis trocas por iniciativa do passageiro	4,55	3,04	-1,51
19	Esclarecimento sobre a legislação quanto a política de atrasos e cancelamentos de voos	4,68	2,88	-1,80
20	Funcionários são corteses e atendem de forma igualitária os passageiros	4,70	3,61	-1,09
21	Adequação ao atendimento a passageiros em condições especiais	4,79	3,74	-1,05
22	Comunicação eficiente em idioma adequado aos passageiros	4,70	3,94	-0,76

Fonte: Esta pesquisa (2016).

A análise dos quartis permite identificar quais aspectos precisam ser melhorados e/ou priorizados. A Tabela 3 apresenta a análise de quartis para os *gaps*, em que todos foram negativos, ou seja, o valor da expectativa foi maior que o do desempenho do serviço.

Tabela 3 - Regiões críticas segundo a análise de quartis para os *Gaps*.

PRIORIZAÇÃO DOS ITENS SEGUNDO OS GAPS											
Prioridade crítica						Prioridade alta					
Quesito	Q9	Q2	Q16	Q19	Q10	Q14	Q18	Q15	Q3	Q12	Q7
<i>Gaps</i>	-2,37	-2,05	-2,01	-1,80	-1,70	-1,69	-1,51	-1,46	-1,40	-1,28	-1,20
1º quartil = -1,70						2º quartil = -1,14					
Prioridade moderada						Prioridade baixa					
Quesito	Q20	Q11	Q21	Q17	Q13	Q5	Q22	Q4	Q1	Q6	Q8
<i>Gaps</i>	-1,09	-1,06	-1,05	-1,04	-1,02	-0,83	-0,76	-0,74	-0,71	-0,58	-0,50
3º quartil = -0,81											

Fonte: Esta pesquisa (2016).

Para uma avaliação mais fiel dos itens que devem ser priorizados foi realizada a análise de quartis para as percepções (Tabela 4) e para as expectativas (Tabela 5).

Tabela 4 - Regiões críticas segundo a análise de quartis para as Percepções.

PRIORIZAÇÃO DOS ITENS SEGUNDO AS PERCEPÇÕES											
Prioridade crítica						Prioridade alta					
Quesito	Q16	Q9	Q2	Q3	Q19	Q15	Q18	Q14	Q10	Q12	Q7
Valor	2,18	2,39	2,50	2,71	2,88	2,99	3,04	3,07	3,15	3,38	3,53
1º quartil = 2,96						2º quartil = 3,54					
Prioridade moderada						Prioridade baixa					
Quesito	Q17	Q11	Q20	Q13	Q21	Q5	Q4	Q22	Q1	Q8	Q6
Valor	3,54	3,61	3,61	3,66	3,74	3,75	3,91	3,94	4,05	4,07	4,18
3º quartil = 3,79											

Fonte: Esta pesquisa (2016).

A Tabela 5 apresenta a análise de quartis para as expectativas dos usuários em relação aos serviços das companhias aéreas.

Tabela 5 - Regiões críticas segundo a análise de quartis para as Expectativas.

PRIORIZAÇÃO DOS ITENS SEGUNDO AS EXPECTATIVAS											
Prioridade baixa						Prioridade moderada					
Quesito	Q3	Q16	Q15	Q2	Q18	Q8	Q5	Q17	Q4	Q12	Q11
Valor	4,11	4,19	4,45	4,55	4,55	4,57	4,58	4,58	4,65	4,65	4,67
1º quartil = 4,57						2º quartil = 4,68					
Prioridade alta						Prioridade crítica					
Quesito	Q13	Q19	Q20	Q22	Q7	Q9	Q1	Q6	Q14	Q21	Q10
Valor	4,68	4,68	4,70	4,70	4,73	4,75	4,76	4,76	4,76	4,79	4,85
3º quartil = 4,75											

Fonte: Esta pesquisa (2016).

5. DISCUSSÕES

De acordo com a Tabela 2, os 22 itens obtiveram pontuações negativas de *gap* (P - E). Isso significa que as expectativas dos clientes não estão sendo atendidas, pois são superiores ao desempenho do serviço. Os maiores *gaps* são, em ordem decrescente, para as dimensões: garantia, responsividade, empatia, aspectos tangíveis e credibilidade. O aspecto garantia foi o que obteve maior lacuna e com isso apresenta uma falha na habilidade das companhias aéreas em inspirar confiança e conhecimento em seus clientes.

Os itens críticos segundo os *gaps* (Tabela 3) para os cinco atributos, em ordem decrescente: preços justos por distância do destino (credibilidade), assentos confortáveis e espaçosos (aspectos tangíveis), pesquisas de qualidade dos serviços após a viagem (garantia), legislação quanto a política de atrasos e cancelamentos de voos (empatia) e avisos dos funcionários sobre cancelamento e atraso de voos (responsividade). As dimensões dos cinco atributos foram diversificadas, o que prova que focar em uma dimensão pode não trazer a satisfação almejada do cliente. Após agir nos *gaps* críticos é importante dar ênfase aos com prioridade alta, seguido pelos de prioridade moderada e por fim de prioridade baixa.

Segundo a percepção dos usuários sobre a qualidade dos serviços fornecidos, a Tabela 4 apresenta cinco itens de prioridade crítica, em ordem decrescente: pesquisas de qualidade dos serviços após a viagem (garantia), preços justos por distância do destino (credibilidade), assentos confortáveis e espaçosos (aspectos tangíveis), alimentos de boa qualidade e com variedade (aspectos tangíveis) e legislação quanto a política de atrasos e cancelamentos de voos (empatia).

Dos itens mencionados com percepção em estado crítico, somente os alimentos de boa qualidade e com variedade não foram mencionados anteriormente (nos *gaps*). Isso mostra que a lacuna está diretamente relacionada com o baixo desempenho percebido do serviço.

A prioridade crítica, no caso das expectativas, é invertida porque o que o cliente mais espera do serviço é o que deve ser fornecido com prioridade: avisos dos funcionários sobre cancelamento e atraso de voos (responsividade), atendimento a passageiros em condições especiais (empatia), confiança inspirada pelos funcionários (garantia), aptidão dos comissários em fornecer informações e conferir os cintos de segurança (credibilidade) e parte interna do avião limpa e bem conservada (aspectos tangíveis).

A Associação Brasileira das Empresas Aéreas (2016) apresentou os itens de valor para o cliente como: cordialidade, eficiência do funcionário e rapidez no atendimento. Ao comparar com os itens críticos das expectativas encontrados na Tabela 5, percebe-se que há uma semelhança entre os resultados. Isso leva a crer que já existem esforços em garantir a melhoria dos serviços pelas companhias.

Como expectativas mostram o que os clientes veem de importante no serviço, é importante garantir que os itens com maiores expectativas apresentem padrões elevados de qualidade. Pois assim, irá garantir a continuidade do serviço a longo prazo.

6. CONCLUSÕES

O estudo do mercado da aviação civil nacional evidenciou a representatividade para a economia brasileira. Cada empresa nacional apresenta grande capacidade operacional de frota e movimentação de passageiros e elevada receita de voo, que contribui na movimentação da economia do país.

A escala SERVQUAL com 22 itens foi utilizada para mensurar as percepções e as expectativas de 101 usuários dos serviços aéreos. Ao se avaliar a diferença (*gap*) entre a expectativa e o desempenho do serviço, todos os quesitos foram negativos. A análise das lacunas por dimensão obteve a sequência: garantia, responsividade, empatia, aspectos tangíveis e credibilidade. No entanto, foi provado que analisar os itens dessa maneira não se alcança os melhores resultados.

A abordagem de quartis foi utilizada para priorização dos itens críticos. Para os *gaps* os quesitos em destaque foram: preços justos por distância do destino (credibilidade), assentos confortáveis e espaçosos (aspectos tangíveis), pesquisas de qualidade dos serviços após a viagem (garantia), legislação quanto a política de atrasos e cancelamentos de voos (empatia), avisos dos funcionários sobre cancelamento e atraso de voos (responsividade). A abordagem de quartis para a percepção, obteve-se os mesmos itens críticos dos *gaps* acrescido de alimentos de boa qualidade e com variedade (aspectos tangíveis). Quanto a esses itens devem ser realizadas ações de melhoria para aumentar as percepções do cliente em relação ao serviço e assim, garantir a sua qualidade.

A abordagem de quartis, para os itens críticos das expectativas, encontrou: avisos dos funcionários sobre cancelamento e atraso de voos (responsividade), atendimento a passageiros em condições especiais (empatia), confiança inspirada pelos funcionários (garantia), aptidão dos comissários em fornecer informações e conferir os cintos de segurança (credibilidade), parte interna do avião limpa e bem conservada (aspectos tangíveis). Para esses itens é importante garantir padrões elevados de qualidade, para assegurar a continuidade do serviço a longo prazo.

Os resultados obtidos foram satisfatórios e comprovam que a ferramenta SERVQUAL é uma metodologia simples e adequada para mensurar a qualidade dos serviços aéreos. Dessa maneira, pode ser utilizado de forma complementar aos dados da Agência Nacional de Aviação Civil e da Secretaria de Aviação Civil para avaliação da qualidade dos serviços aéreos das companhias aéreas nacionais.

Como recomendações para trabalhos futuros, a pesquisa pode ser feita aplicando a ferramenta SERVQUAL para cada companhia em particular e obter resultados individuais, assim, as empresas poderão ser comparadas e se alcançará uma conclusão mais direta do desempenho de uma empresa frente à outra.

Outra sugestão é a utilização do SERVQUAL mesclado a outros modelos da qualidade de serviços, como o KANO e a Casa da Qualidade (QFD). Assim se obteria o critério da escala SERVQUAL somado ao de outra ferramenta para a avaliação da qualidade.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS AÉREAS. **Panorama 2014: O Setor Aéreo em Dados e Análises**. Disponível em: <http://www.abear.com.br/uploads/arquivos/dados_e_fatos_arquivos_ptbr/ABEAR_Panorama2014_24jul_v2_simples.pdf>. Acesso em: janeiro de 2016.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. **Anuário do Transporte Aéreo 2014**. Gerência de Análise Estatística e Acompanhamento de Mercado, Brasília, 2015.

BASFIRINCI, C.; MITRA, A. A cross cultural investigation of airlines service quality through integration of Servqual and the Kano model. **Journal of Air Transport Management**, v. 42, p. 239-248, 2015.

HUSSAIN, R.; NASSER, A. A.; HUSSAIN, Y.K. Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. **Journal of Air Transport Management**, v. 42, p. 167-175, 2015.

INFRAERO. **Anuário Estatístico Operacional 2014**. Gerência de Estudos de Capacidade e Demanda, Brasília, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: novembro de 2015.

MEDRI, W. **Análise Exploratória de Dados. Paraná**: Departamento de Estatística, Londrina, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTur). Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: novembro de 2015.

OLIVEIRA, E. F. T.; GRÁCIO, M. C. C. Análise a respeito do tamanho de amostras aleatórias simples: uma aplicação na área de Ciência da Informação. **Revista de Ciência da Informação**, v. 6, n. 3, 2005.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, v. 49, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

PORTAL BRASIL. **Avião foi o meio de transporte mais usado por brasileiros**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/>>. Acesso em: novembro de 2015.

PURCAREA, V.L.; GHEORGHE, I.R.; PETRESCU, C.M. The Assessment of Perceived Service Quality of Public Health Care Services in Romania Using the SERVQUAL Scale **Procedia Economics and Finance**. **Procedia Economics and Finance**, v. 6, p. 573-585, 2013.

SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL. **O Brasil que voa**. Disponível em: <<http://www.aviacao.gov.br/obrasilquevoa/>>. Acesso em: novembro de 2015.

SKYTRAX - **World Airline Awards**. Disponível em: <<http://www.worldairline-awards.com/>>. Acesso em agosto de 2015.

SOITA, P.W. Measuring Perceived Service Quality Using SERVQUAL: A Case Study of the Uganda Health and Fitness Sector. **International Journal of Business and Social Science**, v. 3, n. 5, p. 261-271, 2012.