XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Atributos de Escolha de Companhia Aérea Pelo Passageiro em Voos Domésticos no Brasil: Proposição de um Modelo

Nelson Marques do Santos Filho[1]
Paulo Sergio Gonçalves de Oliveira[2]
Leonardo Aureliano[3]
Renan Dargas[4]

Resumo
A importância do setor de aviação é indiscutível para o desenvolvimento do Turismo em todos os países, no entanto esse setor vem passando por diversas transformações, sendo a principal delas a adoção do modelo de *Low-Cost*, que investe na redução de custos principalmente o não oferecimento de serviços, tais como a alimentação a bordo. *Catering* é a expressão empregada para o serviço de fornecimento de alimentos e bebidas prontos ou semi-prontos, para o consumo como é o caso das companhias aéreas. Na aviação este serviço é realizado por empresas experientes na industrialização de refeições de tipos variados. Embora seja um importante segmento do setor de Alimentos e Bebidas (A&B), não existem estudos sobre a influência do *catering*, ou seja, das refeições servidas a bordo, nos atributos de escolha das companhias aéreas pelos passageiros. Com o propósito de preencher esta lacuna, o objetivo geral do artigo foi analisar e avaliar a influência do *catering* na decisão do passageiro para a escolha de uma companhia aérea em voos domésticos no Brasil. Com este propósito fez-se um levantamento dos atributos que interferem na satisfação do passageiro e buscou-se validar um modelo para medir os atributos de escolha em relação à prestação de serviços de *catering* em uma companhia aérea. Os procedimentos metodológicos adotaram a abordagem quantitativa e a aplicação de um survey em uma amostra de passageiros. Os resultados da Análise Fatorial Exploratória (AFE) mostraram um novo modelo de pesquisa, confirmado por um KMO de 0,931, considerado bom, e uma explicação da variância total de 75,25% para uma solução com três fatores: a) Prestação de Serviços de Qualidade; b) Conforto em A&B; e, c) *Low cost*. A principal contribuição do estudo foi a confirmação de um novo modelo e a possibilidade de sua replicação no sentido de ampliara as informações sobre este importante campo de A&B.

Palavras-chave: Negócios em Alimentos e Bebidas; *Catering*; Serviços de refeições prontas; Companhias Aéreas *Low cost*; Satisfação do cliente; Modelo para medir satisfação com *catering*.

[1] Mestre em Gestão de Alimento e Bebidas. Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/4164642807485625. Email. nmfilho@anhembi.br
2 Doutor em Engenharia de Produção. Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/5787786955978812. Email. psoliveira@anhembi.br
[3] Doutor em Administração. Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/2136195205924034 . Email. leonardoaureliano@outlook.com
[4] Mestrando em Gestão de Alimentos. Universidade Anhembi Morumbi. http://lattes.cnpq.br/6067621647260137. Email.renandargas@gmail.com