



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PEDRO CAMILO CALADO DA SILVA

**HÁ LIMITAÇÕES NO CAMINHO PARA O CÉU: UM ESTUDO SOBRE
O CONSUMIDOR CADEIRANTE E A QUALIDADE DOS SERVIÇOS
PRESTADOS POR EMPRESAS AÉREAS**

CARUARU

2016

PEDRO CAMILO CALADO DA SILVA

**HÁ LIMITAÇÕES NO CAMINHO PARA O CÉU: UM ESTUDO SOBRE
O CONSUMIDOR CADEIRANTE E A QUALIDADE DOS SERVIÇOS
PRESTADOS POR EMPRESAS AÉREAS**

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Prof. M. Sc. Elielson Oliveira Damascena

CARUARU

2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Marcela Porfírio CRB/4 – 1878

S586h Silva, Pedro Camilo Calado da.
Há limitações no caminho para o céu: um estudo sobre o consumidor cadeirante e a qualidade dos serviços prestados por empresas aéreas. / Pedro Camilo Calado da Silva. – 2016.
48f.: il.; 30 cm.

Orientador: Elielson Oliveira Damascena.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, Administração, 2016.
Inclui Referências.

1. Serviços ao cliente – Avaliação. 2. Deficientes – Consumidor. 3. Linhas aéreas – Serviços. I. Damascena, Elielson Oliveira (Orientador). II. Título.

658 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2016-301)

PEDRO CAMILO CALADO DA SILVA

**HÁ LIMITAÇÕES NO CAMINHO PARA O CÉU: UM ESTUDO SOBRE O
CONSUMIDOR CADEIRANTE E A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS
POR EMPRESAS AÉREAS**

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para obtenção do título de graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste.

Caruaru, 05 de dezembro de 2016.

Prof. D. Sc. Cláudio José Montenegro de Albuquerque
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof. M. Sc. Elielson Oliveira Damascena
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientador

Prof.^a D. Sc. Elisabeth Cavalcante dos Santos
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Prof. M. Sc. Elton Rubens Vieira da Silva
Instituto Federal de Pernambuco - Campus Olinda
Banca

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à mulher da minha vida, que lutou para sempre me oferecer o melhor, me ensinando a enfrentar as dificuldades e me dando a certeza de que nunca estou sozinho.

À minha mãe: Dona Ana. (:

AGRADECIMENTOS

Meus mais sinceros agradecimentos ao povo brasileiro, que com seu trabalho e suor revertidos em impostos, fizeram acontecer a ideia de em uma universidade referência de qualidade e ensino no agreste pernambucano e que fomentaram de forma indireta e direta minha graduação.

Agradeço a todos os funcionários que fazem parte dessa instituição, desde os trabalhadores terceirizados, que nos proporcionam bem estar com seu trabalho de manutenção da limpeza e integridade das instalações, aos técnicos administrativos que me fizeram acreditar que se pode ser feliz e ter objetividade em seu trabalho, gostaria de lembrar aqui da assistente social Patrícia e seu esposo Ernandes, grandes amigos, de corações enormes; A psicóloga Luana, que sempre me motivou e ajudou a ir atrás dos meus objetivos; A secretária Socorro, pessoa maravilhosa, que sempre teve toda paciência do mundo com sua voz calma e suave; A secretária Débora, a dona de Fernando de Noronha; Aos Secretários George, Lúcia e Samuel, onde os tenho como base de profissionalismo e dedicação; A Caran, pelas muitas risadas e filosofadas de botequim jogadas ao vento.

Também agradeço aos professores que muito me cativaram durante esses anos, pelos seus exemplos de vida, profissionalismo e saber (cada qual à sua maneira): Prof. Cláudio Montenegro, Prof. Antônio Cardin, Prof. Francisco Carlos, Prof. Lindemberg, Prof^a Cláudia Freire, Prof. Fernando Nascimento, Prof^a Graça Guerra (Gracinha), Prof^a Monaliza Ferreira e em especial, meu orientador deste trabalho, por toda paciência e ajuda durante esse processo, Prof. Elielson Damascena.

Aos meus amigos dessa jornada acadêmica, que caminhamos juntos e que no momento desses agradecimentos me vem à memória: Caio, Douglas, Islane (galega da febetife), Íris, Jorge, Brenda (pé manga), Bruna, Suzana, Lino, Vieira, Mariana, Pedrão, Albertino, Alisson, Leandro, Ana, Ju, Diegão, Thiago, Luana, Fenelon, Tonni Bage (meu irmão), Herediano (economista de mercadinho), e em especial, as meninas que me acolheram quando mudei de turno e me ajudaram muito durante todo o curso: Karla, Renata e Debinha (minhas delicias da eternidade).

Passei momentos bons ao lado deles.

RESUMO

Este trabalho propõe-se a analisar a qualidade dos serviços prestados pelo setor aéreo aos consumidores cadeirantes, analisando reclamações realizadas por esse público de modo *online*. Para início o tema foi abordado com uma revisão da bibliografia sobre os assuntos relevantes à pesquisa. O estudo caracterizou-se por uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo. Foram tomados como base, dados secundários que permitiram aos pesquisadores contato com as principais queixas do público estudado, a respeito do serviço aéreo. Esses dados foram coletados no *site* ReclameAqui.com. Posteriormente separados e analisados. Ao todo, foram coletadas 880 (oitocentas e oitenta) reclamações, restando posteriormente as filtragens para nossa análise, o total de 51 (cinquenta e uma) que traziam conteúdo de interesse para esta pesquisa. Posteriormente foi utilizado o método de Análise Conteúdo e os resultados mostraram os problemas críticos da qualidade do serviço prestado. Eles deixam a desejar em diversos aspectos, desde a falta de estrutura para mobilidade do cadeirante dentro dos aeroportos, ao fazer o embarque, durante a viagem e no desembarque, passando por informações desencontradas e atendimento não adequado, o que mostra despreparo e falta de empatia por parte dos atendentes dos aeroportos e tripulação das aeronaves.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade de Serviço, Consumidor com Deficiência, Setor Aéreo, Cadeirante, Pessoas com Deficiência, Serviços.

ABSTRACT

This paper proposes to analyze the quality of the services provided by the airline sector to wheelchair users, analyzing complaints made by this public online. For the beginning, the subject was approached with a review of the bibliography on the subjects relevant to the research. The study was characterized by an exploratory research of qualitative character. Secondary data were used as a basis, allowing the researchers to contact the main complaints of the public studied regarding air service. This data was collected on the site ReclameAqui.com. Subsequently separated and analyzed. In all, 880 (eight hundred and eighty) complaints were collected, remaining the filtrations for our analysis, the total of 51 (fifty-one) that brought contents of interest for this research. Subsequently, the Content Analysis method was used and the results showed the critical problems of the quality of the service provided. They are lacking in many aspects, from the lack of structure for mobility of the wheelchair in the airports, when boarding, during the trip and at the landing, through mismatched information and inadequate care, which shows lack of preparation and lack of empathy By the airport attendants and aircraft crew.

KEYWORDS: Quality of Service, Consumer Disabled, Air Sector, Wheelchair, Disability, Services.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INFRAERO – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1: Número de reclamações por termo pré-definido.....	29
Tabela 3.2: Quantidade de reclamações por termo escolhido para pesquisa X empresas reclamadas.....	30
Tabela 4.1: Número de reclamações por dimensões.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1: Quantitativo de pessoas com deficiência no Brasil.....	18
Gráfico 2.2: Quantitativo de pessoas com deficiência no Brasil por grupo de idade.....	19

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1: As cinco dimensões da escala SERVQUAL.....	24
Quadro 2.2: Principais dimensões da qualidade na prestação de serviços.....	25

SUMÁRIO

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	13
1.1 Contextualização do problema de pesquisa.....	13
1.2 Objetivos.....	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 Justificativa.....	15
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1 Consumidores com Deficiência.....	17
2.2 Qualidade de Serviços.....	21
2.3 Caracterização do Serviço Aéreo Brasileiro.....	25
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	28
3.1 Considerações Acerca da Pesquisa.....	28
3.2 Coleta de Dados.....	28
3.3 Análise de Dados.....	30
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	32
4.1 Dimensão Segurança.....	33
4.2 Dimensão Empatia.....	35
4.3 Dimensão Responsividade.....	37
4.4 Dimensão Tangível.....	38
4.5 Dimensão Confiabilidade.....	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
5.1 Recomendações Gerenciais.....	42
5.2 Limitações da Pesquisa.....	43
5.3 Sugestões para Pesquisas Futuras.....	44
REFERÊNCIAS.....	45

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este trabalho tem por finalidade analisar a qualidade dos serviços prestados pelo setor aéreo aos consumidores cadeirantes, analisando reclamações realizadas por esse público de modo *online*. Sendo assim, este primeiro capítulo trará a Contextualização do Problema de Pesquisa, a fim de fazer com que o leitor se situe e entenda um pouco do que está por vir durante a pesquisa.

O trabalho se estruturará com os Objetivos, posteriormente com uma revisão da literatura sobre Qualidade de Serviços, Consumidores com Deficiência e uma Caracterização do Serviço Aéreo Brasileiro, logo após, com os Procedimentos Metodológicos e será feita uma Análise das Reclamações, encerrando-se com as Considerações Finais a cerca da pesquisa.

A seguir, a seção que trará ao leitor a Contextualização do Problema de Pesquisa deste trabalho.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do tão competitivo e versátil mercado atual, as organizações se veem obrigadas a atender ao máximo as necessidades de seus consumidores, para assim, se manterem vivas, sobressaindo de seus concorrentes e com isso, obterem sucesso empresarial por meio do lucro. E para que isso ocorra, Melo (2003) cita que, se faz necessário conhecer o que trará ao cliente a sensação de satisfação. Logo, conhecer seu cliente, suas necessidades e anseios se faz necessário para se ter sucesso competitivo.

É entendendo o cliente que se sabe o que melhor lhe proporcionar e a melhor maneira para isso. Com isso, mostra-se a importância da Qualidade de Serviço para a melhor satisfação do cliente e conseqüentemente, o sucesso empresarial. Um dos mercados que merece a nossa atenção pelo seu potencial, visto que, está sendo cada vez mais evidenciada a sua importância, é o direcionado aos consumidores com deficiência.

De acordo com o levantamento do Censo Demográfico 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE: Características Gerais da População, Religião e Pessoas com Deficiência (2010), que serviu como base para a

elaboração da Cartilha do Censo 2010: Pessoas com Deficiência (2012, p. 06), “23,9% da população brasileira tem algum tipo de deficiência (visual, auditiva, motora e mental ou intelectual)”. Isso corresponde a quase 45,6 milhões de brasileiros. Destes, cerca de 32,6 milhões ou aproximadamente 71%, estão na faixa etária de 15 a 64 anos, supostamente, a população economicamente ativa com poder de compra.

O problema é na hora de atender as necessidades desse público, já que a visão empresarial ainda precisa melhorar muito a esse respeito. Dificilmente se encontra funcionários capacitados para atender da melhor maneira a pessoa com deficiência. É notável o despreparo e a falta de instrução (HOGG; WILSON, 2004). Os autores, Jain (2002) e Bromley, Matthews e Thomas (2007) destacam em seus trabalhos, as dificuldades de locomoção nos grandes centros urbanos que a pessoa com deficiência encontra, assim, dificultando ainda mais a atividade do consumo. Nicholson, Kulyukin e Coster (2009) citam que o isolamento social e a dependência de terceiros por parte das pessoas com deficiência dificultam ainda mais as oportunidades de consumo. Essas barreiras impedem a pessoa com deficiência de ter suas necessidades saciadas.

Não se deve existir distinção de direitos ao uso de serviços e produtos por conta de uma limitação. Deve-se sim, existir adequação das empresas às necessidades de seus diferentes consumidores. Assim, o objetivo desta pesquisa é de buscar encontrar meios de facilitar e melhorar os serviços prestados pelas operadoras de transporte aéreo para as pessoas com deficiência, identificar as principais queixas das pessoas com deficiência aos serviços das companhias aéreas, encontrar possíveis falhas dessas operadoras, analisá-las e facilitar a melhoria das mesmas.

Quando o assunto é o transporte aéreo de pessoas com deficiência, a Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC, em sua resolução nº 009 de junho de 2007, aprovou uma série de normas que visa transportar, acomodar e garantir o acesso adequado ao serviço de transporte aéreo a esse público. Buscando garantir a boa prestação do serviço aos passageiros com algum tipo de limitação em todas as fases de sua viagem. (ANAC, 2007).

Com foco nas reclamações já realizadas por meio online, reclamações essas realizadas na página do ReclameAqui.com, utilizaremos dimensões da escala SERVQUAL (*Service Quality*) como categorias de análise, desenhando um mapa da qualidade dos serviços aéreos brasileiros prestados às pessoas com deficiência, mais especificamente, aos cadeirantes. Ao realizarmos essa análise, procuramos

responder à pergunta de pesquisa inerente a esse trabalho: como consumidores cadeirantes compreendem a qualidade de serviços prestados por empresas do setor aéreo?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a qualidade de serviços prestados por empresas do setor aéreo na perspectiva dos consumidores cadeirantes.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as principais queixas do consumidor cadeirante aos serviços do setor aéreo;
- b) Identificar os fatores que influenciam a qualidade do serviço aéreo para esse determinado público;
- c) Buscar encontrar meios de facilitar e melhorar os serviços prestados pelo setor aéreo para esse consumidor, apresentando recomendações para soluções gerenciais.

1.3 JUSTIFICATIVA

A satisfação das necessidades dos clientes é tema comumente abordado em pesquisas científicas e mercadológicas. Na busca pela fidelização, atração de novos clientes e competitividade de mercado, a melhoria da qualidade dos serviços e busca pela superação da satisfação dos clientes se faz necessário para as organizações (MELO, 2003). Mostrando o quanto esse tema ainda é interesse de diálogo e pesquisa acadêmica.

O foco da qualidade na prestação de serviços para consumidores com deficiência é pouco abordado academicamente. Em toda a pesquisa realizada, se nota

a pouca quantidade de pesquisa relacionada a qualidade de serviço direcionada a esse público. Wilson (2004) afirma que, esse campo de pesquisa é recente, por conta da demanda surgida com a busca pelo direito e pela cidadania dessa fatia da população. Sendo assim, este trabalho vem contribuir academicamente com a teoria da qualidade de serviços, mais especificamente no que se refere a este público. Pois, engordar um pouco mais a literatura direcionada a esse consumidor em relação ao setor de serviços aéreos, com conhecimento teórico e levanta questionamentos para futuros trabalhos.

Segundo o Censo Demográfico 2010 realizado pelo IBGE, 23,9% da população brasileira tem algum tipo de deficiência. Isso corresponde a quase 45,6 milhões de brasileiros. Apesar desses números tão maciços, em pesquisa realizada junto a ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil percebe-se que ainda não há uma estimativa da quantidade de voos realizados por esse público. Daí a grande importância social de se dar visibilidade as questões relacionadas à satisfação dessa fatia de mercado, trazer suas queixas e identificar as falhas para se buscar as melhorias. Esse estudo visa somar informações sobre uma fatia tão importante do mercado que não tem suas necessidades e opiniões a respeito dos serviços aéreos, analisadas e estudadas. Com isso, busca-se melhorar os serviços prestados as pessoas com deficiência.

Gerencialmente, este estudo vem aproximar um pouco mais os anseios dos clientes junto às empresas do setor aéreo, contribuindo com uma leitura melhor e mais clara de suas necessidades, e assim, facilitar as ações gerenciais para alcançá-las e/ou superá-las. Auxiliando as empresas do setor aéreo a prestar seus serviços com maior qualidade. Lembrando ainda que é de direito o acesso ao consumo e reforçando também as obrigações legais das empresas em atender as necessidades de seus clientes com necessidades especiais.

Isso tudo se dará, a partir de um estudo das reclamações realizadas por esses consumidores, onde teremos uma gama de dificuldades encontradas por eles e meios de buscar a melhor satisfação de suas necessidades. Além de obtermos informações a respeito de seus perfis.

A seguir, traremos uma seção onde se faz uma abordagem teórica sobre o tema Qualidade de Serviços, Consumidores com Deficiência e Caracterização do Serviço Aéreo Brasileiro.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem por finalidade abordar de forma teórica os conceitos e teorias sobre o que está sendo investigado neste trabalho. Serão tratados os principais temas relevantes a pesquisa, sendo eles: Consumidores com Deficiência, Qualidade de Serviços e Caracterização do Serviço Aéreo Brasileiro.

2.1 CONSUMIDORES COM DEFICIÊNCIA

Vamos esclarecer inicialmente alguns termos e nomenclaturas dadas para se referir às pessoas com deficiência e que por vezes, são usadas de forma errônea e que acaba se tornando ofensiva e/ou excludente. Fávero (2004, p. 24) cita em seu livro sobre os direitos das pessoas com deficiência que, “*o termo genérico é apenas “deficiência” que pode ser física, mental ou sensorial (auditiva e/ou visual)*”. E segundo nossa Constituição Federal Brasileira, no Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999, existem 5 (cinco) tipos diferentes de deficiências, são elas:

- I - deficiência física – alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física, [...]
- II - deficiência auditiva – perda bilateral, parcial ou total, de quarenta e um decibéis (dB) ou mais, [...]
- III - deficiência visual – cegueira, na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho, com a melhor correção óptica; [...]
- IV - deficiência mental – funcionamento intelectual significativamente inferior à média, [...]
- V - deficiência múltipla – associação de duas ou mais deficiências. (BRASIL, 1999)

Esses são os termos corretos e suas respectivas definições, nos ajudando a entender um pouco mais sobre cada tipo de deficiência e excluindo de vez termos inadequados usados muitas vezes pela falta de informação do emissor. Fávero (2004, p. 21) confirma isso citando que, “*termos superados e impróprios e de conotação muito negativas como paralítico, mongoloide, surdo-mudo, maneta, retardado, débil mental, etc.*”. São, de maneira errônea, frequentemente utilizadas.

Para definirmos “Deficiência”, usaremos a definição da Constituição Federal Brasileira, em seu Decreto nº 3.956 de outubro de 2001, que explana:

O termo "deficiência" significa uma restrição física, mental ou sensorial, de natureza permanente ou transitória, que limita a capacidade de exercer uma ou mais atividades essenciais da vida diária, causada ou agravada pelo ambiente econômico e social. (BRASIL, 2001)

E para esclarecermos a terminologia “Pessoa com Deficiência”, usaremos a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), nº 13.146, de 06 de julho de 2015, em seu artigo segundo, que define que:

Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas (BRASIL, 2015).

Percebe-se em ambas as explicações, a forma ampla que é tomada a definição e sua característica global, não fazendo distinção de forma mais grave ou não, para caracterizar uma limitação, definida como deficiência. Esse deve ser o mote operante nas organizações e na sociedade, pois não se deve existir distinção preconceituosa entre os indivíduos por um grupo apresentar limitações enquanto outros não.

De acordo com o levantamento do Censo Demográfico 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE: Características Gerais da População, Religião e Pessoas com Deficiência (2010), que serviu como base para a elaboração da Cartilha do Censo 2010: Pessoas com Deficiência (2012, p. 06), “23,9% da população brasileira tem algum tipo de deficiência (visual, auditiva, motora e mental ou intelectual)”. Isso corresponde a quase 45,6 milhões de brasileiros, aproximadamente 25,8 milhões de mulheres e 19,8 milhões de homens, sendo perto de 38,5 milhões que vivem nas áreas urbanas e 7,1 milhões que estão em áreas rurais, como mostra o gráfico abaixo.

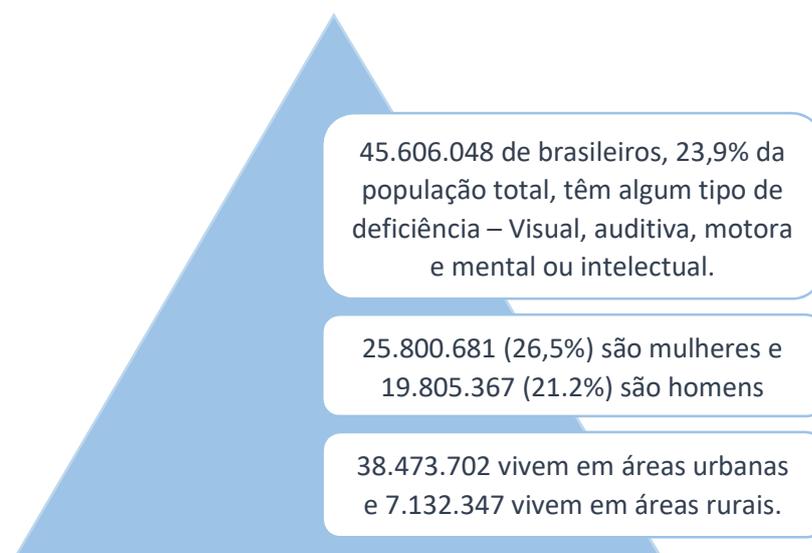


Gráfico 2.1: Quantitativo de pessoas com deficiência no Brasil

Fonte: Cartilha do Censo 2010: Pessoas com Deficiência (2012, p. 06).

Ainda sobre o censo do IBGE (2010), destes 45,6 milhões, cerca de 32,6 milhões ou aproximadamente 71%, estão na faixa etária de 15 a 64 anos, como mostrado abaixo.

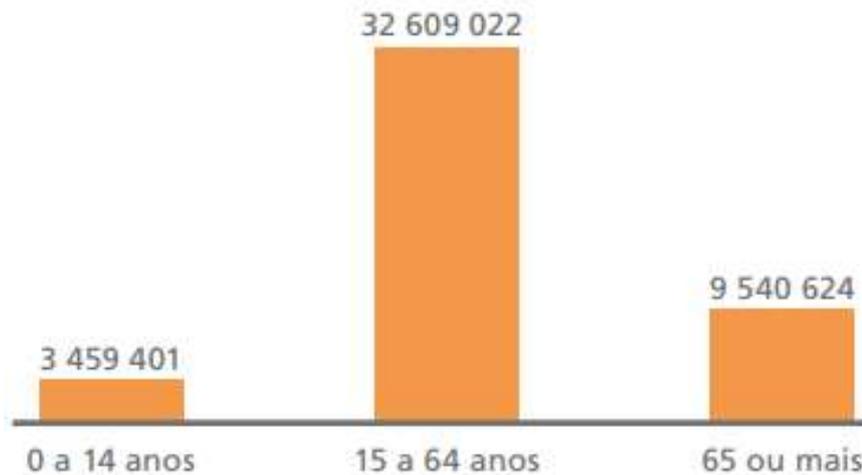


Gráfico 2.2: Quantitativo de pessoas com deficiência no Brasil por grupo de idade
 Fonte: Cartilha do Censo 2010: Pessoas com Deficiência (2012, p. 07).

E dentro dessa faixa etária (15 a 64 anos) que se encontra o maior número de consumidores, a intitulada, população economicamente ativa com poder de compra. E com esse tamanho contingente de pessoas com deficiência, mostra-se a importância de se investigar como atender/superar as necessidades e expectativas desses consumidores. Pessoas com deficiência tem o direito e são potenciais consumidores. Atualmente estes consumidores representam um segmento de compra importante e cada vez mais poderoso (GOODRICH; RAMSEY, 2012). Baker, Stephens e Hill (2002) defendem que é importantíssimo que se observe e escute o que se tem a expressar sobre suas necessidades de consumo. Os autores também citam que deve-se ouvir esses consumidores para que digam como e quais devem ser as adaptações necessárias para melhor atendê-los.

Segundo Silva, Abreu e Gosling (2015), todos estão expostos às necessidades de consumo, independentemente de que se tenha ou não deficiência. Essas necessidades são relacionadas aos anseios e desejos, que vão desde alimentação à bens de consumo. O consumo faz parte da vida social e da dignidade humana. Nicholson, Kulyukin e Coster (2009) citam que o isolamento social e a dependência de terceiros por parte das pessoas com deficiência, dificultam ainda mais as oportunidades de consumo. Não se deve existir distinção de direitos ao uso de serviços e produtos por conta de uma limitação. Deve-se sim, existir adequação das empresas às

necessidades de seus diferentes consumidores. O direito é defendido também pela Constituição Federal Brasileira, em seu Decreto 3.956 de outubro de 2001, quando afirma que:

[...] as pessoas portadoras de deficiência têm os mesmos direitos humanos e liberdades fundamentais que outras pessoas e que estes direitos, inclusive o direito de não ser submetidas a discriminação com base na deficiência, emanam da dignidade e da igualdade que são inerentes a todo ser humano (BRASIL, 2001).

Sabe-se das dificuldades encontradas no convívio social de uma pessoa com qualquer deficiência, influenciando significativamente no seu papel como consumidor. Dificilmente se encontra funcionários capacitados para atender da melhor maneira a pessoa com deficiência. É notável o despreparo e a falta de instrução (HOGG e WILSON, 2004). Já Burnett (1996) enumera preocupações que as organizações devem tomar para melhor atender as necessidades desses consumidores, são elas: I – Manter uma preocupação permanente com conveniência e preço, pois as pessoas com deficiência tendem a ter um custo de vida mais elevado; II – Preparar atendentes para tratar o público com presteza, cortesia e dignidade, oferecendo ajuda proativamente em lugar de apenas responsivamente; III – Incluir em suas instalações físicas locais para descanso; e IV – Utilizar pessoas com deficiência na equipe de atendimento ao público.

Jain (2002) e Bromley, Matthews e Thomas (2007) destacam em seus trabalhos as dificuldades de locomoção nos grandes centros urbanos que a pessoa com deficiência encontra, assim, dificultando ainda mais a atividade do consumo. Cerignoni e Rodrigues (2005) citam que, entre as barreiras mais comuns encontradas estão as escadas, falta de rampas, obstáculos nas calçadas, transporte coletivo, entre outras.

Afirmando o direito ao transporte e à mobilidade da pessoa com deficiência que a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), nº 13.146, de 06 de julho de 2015, em seus artigos 46º e 48º, cita que:

Art. 46º O direito ao transporte e à mobilidade da pessoa com deficiência [...] será assegurado em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, por meio de identificação e de eliminação de todos os obstáculos e barreiras ao seu acesso. [...]

Art. 48º Os veículos de transporte coletivo terrestre, aquaviário e aéreo, as instalações, as estações, os portos e os terminais em operação no País devem ser acessíveis, de forma a garantir o seu uso por todas as pessoas. [...]

§ 2º São asseguradas à pessoa com deficiência prioridade e segurança nos procedimentos de embarque e de desembarque nos veículos de transporte coletivo, de acordo com as normas técnicas. (BRASIL, 2015)

Segundo Silva, Abreu e Gosling (2015, p. 208) *“com o desenvolvimento de instrumentos legais que asseguram os direitos dos deficientes, houve uma crescente preocupação com a qualidade dos serviços prestados às pessoas com deficiência”*. Hogg e Wilson (2004) afirmam que, esse campo de pesquisa para o consumo de pessoas com deficiência é recente, por conta da demanda surgida com a busca pelo direito e pela cidadania, revelando ainda mais a importância de se abordar o assunto. É com foco nesse mercado, nas limitações desses consumidores e suas dificuldades diárias, que este trabalho aborda as reclamações já realizadas por meio online, buscando encontrar meios de facilitar e melhorar os serviços prestados pelas operadoras de transporte aéreo. Este é o intuito desta pesquisa, identificar as principais queixas das pessoas com deficiência aos serviços das companhias aéreas, encontrar possíveis falhas dessas operadoras e facilitar a melhoria das mesmas.

A seguir, explanaremos um pouco sobre o tema Qualidade de Serviços, auxiliando um pouco mais no entendimento do trabalho.

2.2 QUALIDADE DE SERVIÇOS

Para iniciarmos, vamos definir serviços. O que não é uma tarefa fácil, pois, por suas características não palpáveis, torna-se uma definição um tanto quanto subjetiva. Porém, o que não é subjetivo, são as características que envolvem os serviços. Segundo Oliveira et al (2006, p. 11-12), *“os serviços apresentam características de intangibilidade, inseparabilidade, heterogeneidade e simultaneidade”*: 1- Intangibilidade: *“Os serviços são abstratos, impondo um tratamento especial ao compará-los com outras atividades”*; 2- Inseparabilidade: *“Refere-se à impossibilidade de se produzir ou estocar serviços, como se faz com bens”*. 3- Heterogeneidade: *“Trata da impossibilidade de se manter a qualidade constante dos serviços, pois são produzidos pelo ser humano, que é de natureza instável”*. 4- Simultaneidade: *“Está relacionada ao fato de a produção e o consumo do serviço ocorrerem ao mesmo tempo”*.

Para esclarecer ainda mais as características dos serviços, Paladini (2010, p. 195) cita que se comete *“equivocos ao definir um modelo de Gestão da Qualidade voltado para serviços e métodos”*. Citando os que são mais usuais:

- persiste a idéia de que há serviços menos importantes, com menor relevância e, por isso, menos dependentes de boa qualidade. Isso se nota, com frequência, em algumas áreas “menos nobres” dos bancos, como o atendimento a usuários que não possuem poder aquisitivo significativo. Para esses casos, a diferença técnica entre consumidores e clientes deve ser fortemente levada em conta;
- acredita-se que o serviço não requer tecnologia, sendo sempre artesanal. A automação de serviços tem sido um dos fatores crescentemente lembrados para destruir essa bobagem;
- da mesma forma, supõe-se que o serviço dispensa aporte de capital. Para diferenciar-se, investimentos de grande porte podem ser necessários;
- continua sendo associada a prestação de serviços a ações de pequena escala. Uma agência de turismo que pense assim dificilmente sobreviverá;
- ainda há quem adote a idéia de que o serviço dispensa estudo, análise e pesquisa. Por isso, deixa-se de ganhar dinheiro em ações estratégicas;
- por fim, pensa-se que toda avaliação em serviços é subjetiva. Como se fosse questão de subjetividade receber um bom ou um mau atendimento em uma loja, por exemplo.(PALADINI, 2010, p. 195)

Logo, para definirmos Serviços, escolhemos Kahtalian (2002, p. 20), “*Serviço é um desempenho, essencialmente intangível, que não resulta na propriedade de algo. O serviço pode ou não estar ligado a um produto físico*”. Esta é uma definição que engloba de forma simples as características dos serviços, mostrando-o como um ato/ação de desempenho, que não o liga a algo físico.

Já Qualidade de Serviço se liga à qualidade dessa ação/desempenho, como algo perceptível e marcante para o consumidor. Como ele se sentirá durante e/ou ao final do serviço, de acordo com suas expectativas (LAS CASAS, 2008). Confirmando essa afirmação Arruda e Arruda (1998, p. 26) citam: “*O cliente avalia o serviço pelo desempenho daquele que o oferece ou realiza tal serviço. A percepção do desempenho varia conforme os atributos do referido serviço [...]*”. Assim, observa-se que o serviço é percebido e analisado individualmente, portanto, mostra seu desafio em alcançar satisfação a diversos tipos e grupos de consumidores.

A percepção do cliente ao serviço prestado divide-se em três princípios básicos, segundo Las Casas (2008, p. 7-10). O *princípio da similaridade, proximidade e continuidade*. 1- O princípio da similaridade: “*As coisas similares tendem a ser percebidas pelo indivíduo como parte de um conjunto*”. 2- O princípio da proximidade: “*As coisas próximas tendem a ser percebidas como parte de um conjunto*”. 3- O princípio da continuidade: A imagem da empresa o próprio cliente que faz. Formando um todo significativo para si.

Esses princípios sugerem que, conhecendo as características que serão observadas pelo consumidor, fica mais fácil alcançar ou superar suas expectativas.

Mas para isso, todos os indivíduos da organização devem estar alinhados à busca pela qualidade no serviço. Esse deve ser um objetivo comum para que exista êxito na satisfação do cliente. Os esforços mútuos de todos os componentes da empresa, em todas as fases da prestação do serviço e/ou contato com o cliente, devem ser para alcançar ou superar as suas expectativas. (OLIVEIRA et al, 2006)

No cenário brasileiro, Las Casas (2008, p. 03), critica a forma com que se dá as prestações de serviços no país, chegando a afirmar que existe “*Negligência generalizada dos prestadores de serviços do Brasil*” e que “*o consumidor brasileiro tem que aprender a consumir, adaptando-se ao estilo da prestação de serviços brasileiro*”. Já Giansesi e Corrêa (1996) comentam que, o brasileiro (em sua grande maioria) se acostumou e conforma-se com a prestação do serviço de má qualidade.

Porém, é notável que existe uma mudança de paradigma com o advento das novas tecnologias. O consumidor passa a ser mais pesquisador e detalhista. Como o consumidor se baseia não apenas na qualidade do serviço/produto, no seu preço e sua disposição. Esses fatores tangíveis dividem espaço com os intangíveis, como a opinião de um site especializado, por exemplo.

Freitas (2005, p. 05) afirma que: “*Nota-se que atualmente os consumidores estão consultando pessoas que já tenham experimentado um serviço/produto específico, antes de adquiri-lo.*” A afirmação baseia-se do fácil acesso à informação por parte do consumidor. Sendo a mais forte aliada para esse acesso, a internet. Sites de reclamações, opiniões, comparações entre produtos, entre outros serviços de facilitação da decisão, se multiplicam e ganham força pela busca da melhor qualidade dos serviços/produtos por meio do consumidor.

Mas como pode-se mensurar algo tão complexo como um Serviço e identificar fatores críticos de sua qualidade? Para isso, existem ferramentas importantes de medição com esse objetivo, como a SERVQUAL (*Service Quality*) elaborada por Parasuraman, Zeithaml e Berry em 1988 e a SERVPERF (*Service Performance*) elaborada por Von Cronin e Taylor em 1992.

A escala SERVQUAL busca identificar com base em diagnósticos, possíveis inconsistências de qualidade em áreas específicas, facilitando futuras intervenções dos gestores, sendo a mais usada para esses fins, por sua capacidade de diagnóstico. Já a escala SERVPERF busca de forma global dentro da empresa, os mesmos objetivos (JAIN; GUPTA, 2004).

Ambas são citadas como sendo as mais importantes escalas de qualidade em serviços, sendo responsável pela escolha a que melhor se encaixar com as necessidades de diagnóstico. Segundo Jain e Gupta (2004, p. 25) *“Uma escala ideal de qualidade de serviço é aquela que não só é psicométrica, mas também é diagnóstico robusto o suficiente para fornecer informações aos gestores para ações corretivas em caso de quebras de qualidade”*.

Para nossa avaliação sobre a qualidade de serviços prestados pelo setor aéreo vistas dos consumidores cadeirantes, faremos uma análise qualitativa a partir das categorias dimensionais da escala SERVQUAL. Esta escala, como sugere e explica Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), se estrutura na forma de um instrumento de coleta de dados que possui cinco dimensões/fatores principais: *Tangíveis, Confiabilidade, Responsividade, Segurança e Empatia*. Essas dimensões servem para basear o julgamento da qualidade de um serviço pelos usuários dele. O quadro a seguir irá explicar um pouco sobre cada um deles.

DIMENSÕES/FATORES PRINCIPAIS

Tangíveis - Instalações físicas, equipamentos e aparência pessoal;

Confiabilidade - A capacidade em executar o serviço conforme prometido de modo confiável e preciso;

Responsividade - **Disposição** em ajudar os clientes e prestar-lhe o serviço prontamente;

Segurança - O conhecimento e cortesia dos funcionários e suas habilidades em transmitir confiança e segurança;

Empatia - **Cuidados** e atenção individualizada aos clientes.

Quadro 2.1: As cinco dimensões da escala SERVQUAL.

Fonte: Quadro adaptado de Parasuraman; Zeithaml; Berry (1988, p. 23).

As dimensões Segurança e Empatia englobam outras sete características, são elas: Comunicação, Credibilidade, Segurança, Competência, Cortesia, Conhecimento e Acesso. Logo, temos dez formas de avaliar e julgar as características do serviço utilizado pelo cliente. E são essas dimensões que serão usadas para análise dos dados deste trabalho.

Posteriormente a esta escala, os autores Carvalho e Paladini (2005), sugerem destrinchar ainda mais essas dimensões, adicionando novas características e nomenclaturas para elas. Segue o quadro com as dimensões sugeridas por eles:

DIMENSÕES / FATORES PRINCIPAIS

Tangíveis – Aparência das facilidades físicas, equipamentos, pessoal e comunicação material;

Atendimento – Nível de atenção dos funcionários no contato com os clientes;

Confiabilidade – Habilidade em realizar o serviço prometido de forma confiável e acurada;

Resposta – Vontade de ajudar o cliente e fornecer serviços rápidos;

Competência – Possuir a necessária habilidade e conhecimento para efetuar o serviço;

Consistência - Grau de ausência de variabilidades entre a especificação e o serviço prestado;

Cortesia – Respeito, consideração, e afetividade no contato pessoal;

Credibilidade – Honestidade, tradição, confiança no serviço;

Segurança – Inexistência de perigo, risco ou dúvida;

Acesso – Proximidade e contato fácil;

Comunicação – Manter o cliente informado em uma linguagem que ele entenda;

Conveniência – Proximidade e disponibilidade a qualquer tempo dos benefícios entregues pelos serviços;

Velocidade – Rapidez para iniciar e executar o atendimento/serviço;

Flexibilidade – Capacidade de alterar o serviço prestado ao cliente;

Entender o cliente – Fazer o esforço de conhecer o cliente e suas necessidades.

Quadro 2.2: Principais dimensões da qualidade na prestação de serviços.

Fonte: Quadro adaptado de Carvalho; Paladini (2005, p. 344-345).

Lembrando, porém, que para este trabalho, foi escolhido trabalhar com as cinco dimensões da escala SERVQUAL, do trabalho dos autores Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), apresentadas no quadro 2.1.

A seguir, vamos fazer uma breve caracterização sobre o funcionamento do setor de serviço aéreo brasileiro.

2.3 CARACTERIZAÇÃO DO SERVIÇO AÉREO BRASILEIRO

Com base nos dados da ANAC– Agência Nacional de Aviação Civil e da Infraero – Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária, criada em 1972, que iremos destrinchar brevemente do atual cenário da aviação civil no Brasil, com vistas a entender um pouco mais sobre o assunto.

O serviço de aviação civil, aeroportuária e aeronáutica brasileiro é normatizado e fiscalizado pela ANAC, desde sua criação no ano de 2005. Já a Infraero atua para promover infraestrutura e serviços aeroportuários e de navegação aérea. Também é responsável pela administração de 60 aeroportos, 72 estações prestadoras de

serviços de telecomunicações e de tráfego aéreo e 28 terminais de logística de cargas (SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL, 2016).

Segundo dados da ANAC (2014, p. 09 e 10), *“a demanda do transporte aéreo brasileiro mais que duplicou nos últimos dez anos. [...] E desde 2010, o avião tem sido o principal meio de transporte utilizado por passageiros nas viagens com distâncias superiores a 75 km [...]”*. Isso demonstra a priorização, aceitação e uso frequente desse modal em relação a outros.

Os números surpreendem, *“o número de voos tem superado o patamar de 1 milhão ao ano desde 2011”* (ANAC, 2014, p. 10), no Brasil em 2015 foram transportados 119.842.983 passageiros incluindo os voos nacionais e internacionais (ANAC, 2015). Esse número é um recorde para a aviação nacional. Porém, não demorará muito a ser batido, já que até junho de 2016, já são contabilizados 52.751.056 passageiros (ANAC, 2016). Isso se somará ainda aos dados de tráfego internacional que ainda não foram contabilizados de abril até o momento desta pesquisa. Sem contar que em agosto deste ano realizamos as Olimpíadas do Rio e em setembro as Paraolimpíadas. O que fez aumentar muito significativamente os voos para o nosso país.

Quando o assunto é o transporte de pessoas com deficiência, a ANAC em sua resolução nº 009 de junho de 2007, aprovou uma série de normas que visa transportar, acomodar e garantir o acesso adequado ao serviço de transporte aéreo a esse público. Buscando garantir a boa prestação do serviço aos passageiros com algum tipo de limitação em todas as fases de sua viagem, desde a confirmação de sua reserva, passando pela sua chegada ao aeroporto, embarque na aeronave, viagem, desembarque e até a sua saída da área pública do aeroporto de destino (ANAC, 2007).

Em matéria realizada pela MelhoresDestinos.com em setembro de 2016, logo após o término das Olimpíadas e Paraolimpíadas do Rio de Janeiro, se evidenciou a preocupação da empresa de transporte GOL, em adquirir duas rampas de acesso a cadeirantes inovadoras no país. Esta mesma empresa foi multada pela ANAC em 2015, por desrespeitar o direito de um embarque digno a um de seus clientes e o caso vim a público posteriormente. A GOL ainda afirmou que nesses dois eventos, fez o transporte de aproximadamente 5.600 (cinco mil e seiscentos) passageiros com deficiência. (MELHORESDESTINOS.COM, 2016)

Em toda a pesquisa realizada junto à ANAC em seus relatórios anuais e junto a Infraero, não foi encontrado números sobre o quantitativo de pessoas com deficiência que fazem uso desse transporte. Isso mostra que não se existe distinção na contabilidade dos passageiros, à não ser, aqueles que pagam e que não pagam as tarifas de viagem. Esse pode ser um bom e um mau sinal, por um lado existe a ideia de igualdade, generalidade e por outro, sabe-se que a desigualdade de condições físicas requer um pouco mais de atenção para um determinado público.

No capítulo seguinte explanaremos sobre os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo se baseará nos métodos que foram utilizados para investigarmos o problema proposto. Buscando auxiliar no entendimento do fenômeno, através de estratégias de coleta e análises de dados.

3.1 CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PESQUISA

Esta pesquisa é caracterizada como uma pesquisa exploratória que se utiliza de uma abordagem qualitativa (GIL, 2009; VERGARA, 2009). Segundo Silva, Gobbi e Simão (2005), visa “[...] *compreender o significado que os acontecimentos e interações têm para os indivíduos, em situações particulares* [...]”. Esse método se justifica pela pouca literatura destinada a esse determinado tipo de consumidor.

De acordo com Cervo e Bervian (2006, p. 69), o método exploratório tem por objetivo permitir ao pesquisador “[...] *familiarizar-se com o fenômeno ou obter nova percepção do mesmo e descobrir novas ideias*”. Para Quivye Campenhoudt (1998, p. 69), uma investigação exploratória visa “*encontrar pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho [...], abrir o espírito, ouvir [...], descobrir novas maneiras de colocar o problema*”. Assim, justificando sua utilização para o melhor entendimento e explicação do fenômeno estudado neste trabalho.

A seguir explanaremos um pouco como e quais foram os métodos utilizados para realização da pesquisa.

3.2 COLETA DE DADOS

A coleta se deu através de dados secundários, encontrados a partir de pesquisa sobre as reclamações realizadas no site ReclameAqui.com. O ReclameAqui.com é uma ferramenta que auxilia no intermédio entre os consumidores e as empresas. Atua há 14 anos no mercado e “*É um site feito para pesquisar tudo sobre as empresas*”, como está estampado em seu *web site* (RECLAME AQUI, 2016). Nesta mesma fonte, podemos encontrar números que são bastante convincentes sobre o êxito que essa empresa alcança:

- *Diariamente, mais de 600 mil pessoas pesquisam as reputações das empresas antes de realizar uma compra, contratar um serviço ou resolver um problema;*
- *42 milhões de page views/mês;*
- *15.000.000 de consumidores cadastrados;*
- *120.000 empresas cadastradas.*

Além do mais, em 2013, a revista ÉPOCA se juntou a Reclame AQUI e nasceu o Prêmio ÉPOCA Reclame AQUI, que “*premia as empresas que acreditam que o consumidor merece sempre o melhor atendimento e incentivar outras empresas a realizar esforços para melhorar cada vez mais seu relacionamento*” (RECLAME AQUI, 2016). Esse prêmio chegou a sua quinta edição no ano de 2015.

Os dados para esta pesquisa foram coletados entre os dias 12 a 14 de março de 2016. Para fins temporais, as reclamações coletadas iniciaram-se em março de 2013.

Em um primeiro instante, foi realizada uma pesquisa sobre as nomenclaturas e tipos de deficiências no Decreto de Lei nº 3.298, para daí então, encontrado cada termo apropriado, ser buscada terminologia por terminologia no buscador do *site*. Foi adicionado a pesquisa o termo *Cadeirante*, por possuir bastante usualidade entre a língua, no que diz respeito aos deficientes físicos. E foi em cima desse termo, que encontramos o maior número de resultados de reclamações e conseqüentemente, o foco para nossa pesquisa.

Encontrados os resultados de reclamações relacionadas a cada determinado termo – Deficiência Auditiva, Deficiência Física, Deficiência Mental, Deficiência Múltipla, Deficiência Visual e Cadeirante – totalizando ao final, 880 (Oitocentas e oitenta) reclamações, elas foram copiadas em arquivo externo para posterior análise. Ao final desta primeira fase, foram filtradas as reclamações e escolhidas as que melhor atenderiam as necessidades desta pesquisa.

Para cada termo, obtiveram-se os números que são mostrados na tabela abaixo:

TIPO DE DEFICIÊNCIA	Nº DE RECLAMAÇÕES ASSOCIADAS
Deficiência Auditiva	32
<i>Deficiência Física</i>	<i>186</i>

Deficiência Mental	18
Deficiência Múltipla	1
Deficiência Visual	45
<i>Cadeirante</i>	598

Tabela 3.1: Número de reclamações por termo pré-definido

Fonte: Elaborada pelo autor.

Vistos os dados coletados em um primeiro instante, resolvemos analisar as reclamações referentes aos *Deficientes Físicos*, que estavam relacionados ou não com o termo *Cadeirante* – O que totalizou 784 (setecentas e oitenta e quatro) reclamações –, utilizado para busca e coleta dos dados. E filtramos ainda mais, quando direcionamos nosso enfoque para as reclamações deste público, referentes as empresas do setor aéreo, por ser um importante ramo específico e conseguirmos encontrar um número considerável de reclamações realizadas sobre esse setor/serviço – 51 (cinquenta e uma) reclamações.

Reclamações por terminologia utilizada em pesquisa X empresas reclamadas		
	Cadeirante	Deficiência Física
GOL	15	1
TAM	14	6
AZUL	10	5
Avianca	3	-
TAP Air Portugal	2	-
Air Canada	1	-
American Airlines	1	-
LAN Chile	-	1

Tabela 3.2: Quantidade de reclamações por termo escolhido para pesquisa X empresas reclamadas

Fonte: Elaborada pelo autor.

A seção seguinte trará informações sobre a análise dos dados coletados nesta pesquisa.

3.3 ANÁLISE DE DADOS

Após coletados os dados foram organizados em tabelas que distinguem as suas características para facilitar as análises segundo as principais dimensões da qualidade em serviços segundo os autores Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

As reclamações foram lidas, analisadas e separadas por dimensões. Existiam reclamações que não traziam conteúdo que se pudessem vincular a qualquer dimensão, essas reclamações foram descartadas da pesquisa. Aquelas que possuíam características de alguma dimensão, foram separadas em suas determinadas pastas. Ocorreram casos de uma reclamação englobar uma ou mais características de duas ou mais dimensões. Essas, por sua vez, foram duplicadas, uma para cada dimensão e analisadas de acordo com os interesses da pesquisa. As reclamações foram numeradas por suas devidas especificações de termos – Cadeirante e Deficientes Físicos-. Aquelas que foram relacionadas a terminologia “Deficientes Físicos” receberam numerações começadas em 1000 (um mil) e as que estavam relacionadas ao termo “Cadeirante”, receberam numerações começadas em 2000 (dois mil).

Todo esse procedimento de divisão e análise baseou-se e teve como norte a análise de conteúdo, que se apoia na afirmação de Silva, Gobbi e Simão (2005, p. 75) de que a *“análise de conteúdo não obedece à etapas rígidas, mas sim a uma reconstrução simultânea com as percepções do pesquisador com vias possíveis nem sempre claramente balizadas.”*

No próximo capítulo explicaremos sobre como foi feita a análise dos dados coletados para a pesquisa e nele estará contido as respostas do problema proposto por essa pesquisa. Além de identificar os objetivos geral e específicos desse estudo.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Para nossa avaliação sobre a qualidade de serviços do setor aéreo às vistas do consumidor cadeirante, fizemos uma análise a partir das categorias dimensionais da escala SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), mencionadas no Quadro 2.1, no referencial teórico.

Assim, realizou-se uma classificação inicial para conseguirmos as reclamações que melhor se encaixariam com os objetivos desta pesquisa. Posteriormente essas reclamações foram submetidas a uma Análise de Conteúdo, que para Silva, Gobbi e Simão (2005, p. 74) “*permite ao pesquisador o entendimento das representações que o indivíduo apresenta em relação a sua realidade e a interpretação que faz dos significados a sua volta*”. Logo visualizamos nas reclamações as características das insatisfações ligando-as as dimensões da qualidade.

Com a devida análise das reclamações, se obtiveram 51 (cinquenta e uma) delas que realmente se mostraram pertinentes a nossa pesquisa. Muitos desses relatos carregam características de duas ou mais dimensões. Dessas, a dimensão *Segurança* foi a mais abordada sendo responsável por 25,49% das citações nas reclamações, ou seja, 13 (treze) reclamações. Porém, nada muito longe dos percentuais das outras dimensões: *Tangíveis*, *Empatia* e *Confiabilidade*, todas com 19,61%, 10 (dez) reclamações cada e *Responsividade* com 15,69%, 8 (oito) reclamações. A tabela a seguir demonstra esses dados:

Resumo	Quant.	%
Total de Reclamações por Dimensões	51	100%
Dimensão Empatia	10	19,61%
Dimensão Segurança	13	25,49%
Dimensão Tangível	10	19,61%
Dimensão Responsividade	8	15,69%
Dimensão Confiabilidade	10	19,61%

Tabela 4.1: Número de reclamações por dimensões

Fonte: Elaborada pelo autor.

Na próxima seção abordamos os tipos de dimensões, seus significados e as principais queixas e insatisfações que os clientes encontraram sobre elas.

4.1 Dimensão Segurança

A dimensão Segurança, segundo os autores base para esta pesquisa, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), se relaciona com o conhecimento e cortesia dos funcionários prestadores do serviço, além de suas habilidades em transmitir confiança e segurança. Além disso, essa dimensão engloba outras sete características: Comunicação, Credibilidade, Competência, Cortesia, Conhecimento e Acesso.

Acreditamos que por conter tantas características, essa dimensão rendeu um universo maior de reclamações, assim como os trechos coletados mais longos, tudo isso em busca de melhor exemplificações. Foi buscado fazer com que o leitor entendesse por completo a situação e observasse as características que foram infligidas no âmbito das reclamações.

Como dimensão mais abordada nas reclamações, a Segurança se mostrou bastante vulnerável na prestação do serviço ao cliente com necessidades especiais. Esses relatos repercutem e englobam um pouco das principais queixas dos clientes:

[...] Peguei o voo JJ3493 de Ribeirão Preto a São Paulo, Guarulhos, e, chegando lá, fomos de ônibus da aeronave até a área de desembarque. **Inicialmente, a companhia não me ajudou neste percurso até o ônibus, fui ajudada por passageiros. Quando o ônibus chegou no seu destino, ninguém da TAM estava lá, fiquei sozinha no ônibus** e o motorista pediu para que eu descesse. Disse a ele que não poderia descer sem que um funcionário da TAM estivesse lá, pois eu não podia andar. Um funcionário do aeroporto veio, depois de um tempo, e disse que eu aguardasse sentada nas cadeiras que, em algum momento, alguém da TAM viria até ali. [...] **Depois de um longo período, um funcionário da TAM veio e disse que eles não tinham cadeira e que todos os funcionários estavam prestando assistência a outros passageiros. Fiquei ainda cerca de meia hora esperando até que veio alguém com a cadeira e me levou ao segundo andar.**[...] (RECLAMAÇÃO Nº 1013– grifo nosso)

[...] Após todos os passageiros e toda a tripulação descerem do avião, limpam a aeronave e uma nova tripulação do próximo voo chegou. Quando os passageiros do próximo voo [...] entraram, ainda **me encontrava sentada dentro do avião, e a nova tripulação literalmente não sabia "o que fazer comigo"**. [...] Conclusão: **além das infinitas horas de constrangimento, desrespeito, indignação, falta de informação e preparo das tripulações da Gol e funcionários do Aeroporto**, atrasando o próximo voo e não podendo usar o banheiro, ainda **tive que ser carregada nos braços de dois funcionários para conseguir sair da aeronave em uma cadeira de rodas desconhecida e desconfortável**. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2015 – grifo nosso)

[...] O meu embarque [...] foi extremamente estressante e tumultuado, mostrando o total despreparo dos funcionários da TAM no aeroporto internacional de Brasília para embarcar um passageiro cadeirante. Apesar de eu estar lá com mais de uma hora de antecedência para a decolagem, **não havia um único funcionário para me conduzir do check-in ao embarque até os últimos minutos antes da saída do avião**. [...] Cerca de 20 min. antes

da decolagem, fiquei muito estressada e precisei ficar implorando a todos os funcionários da TAM que passavam dizendo "Sr, por favor, me leve para o embarque, já está na hora de saída do meu vôo, o embarque já iniciou há muito tempo e eu ainda estou no check-in, vou perder o avião!", ao que eu **sempre recebia de resposta "aguarde aí, Srta!"**. Na última hora, após eu tanto reclamar no check-in, finalmente apareceu um funcionário, que me levou em cadeira de rodas ao embarque correndo, literalmente, para que eu não perdesse o vôo. Cheguei ao embarque no momento em que os últimos passageiros embarcavam e **tive que esperar todo o embarque terminar para que eu finalmente pudesse ser acomodada no avião**. [...] Infelizmente, esse não foi um episódio isolado e exatamente o mesmo procedimento irregular os funcionários da TAM repetiram comigo quando da conexão no Aeroporto de Fortaleza para embarcar no vôo JJ3841 (Fortaleza-Teresina). Apesar de eu me apresentar em frente ao portão de embarque desse vôo com antecedência, antes de iniciarem o embarque, a TAM fez questão de começar a embarcar os passageiros não prioritários antes dos prioritários, de novo. **O funcionário pegou a minha cadeira de rodas, passou pela porta de vidro, me encostou num canto ao lado, pediu pra que eu aguardasse e começou a fazer o embarque dos passageiros não prioritários**. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2029 – grifo nosso)

[...] Adivinhem: [...] **o funcionário da GOI entortou o braço de apoio da minha cadeira de rodas impossibilitando que eu possa usa-la sob o risco de cair da cadeira** e sofrer lesões gravíssimas. Imperdoável isto pois, deveriam saber que nossa vida DEPENDE da cadeira de rodas, orientar seus funcionários a tratar cadeiras de rodas e afins de modo apropriado, todo cuidado é pouco, tem um ser humano que depende disso.[...] (RECLAMAÇÃO Nº 2004 – grifo nosso)

[...] a Gol tratou o passageiro com direito a prioridade com total desrespeito, fomos os últimos a entrar. [...] quando chegamos para embarque, tivemos que ficar na chuva, porque não tinha nenhuma proteção. Os funcionários da Gol não sabiam manipular o funcionamento de uma cadeira esteira que levaria o meu marido para dentro da aeronave, e ficamos alguns minutos levando chuva, enquanto eles se esforçavam para conseguir ligá-la até que conseguiram e embarcamos. [...] No check-in a Gol não nos colocou nos assentos preferências. E na hora do embarque, devido as obras no Aeroporto Internacional Tom Jobim, para as melhorias futuras, descobrimos que **não havia elevador para o passageiro cadeirante descer para embarcar no seu vôo!!?** O recurso que uma funcionária da Gol usou foi nos conduzir por um elevador de carga até o setor de carga da empresa para lá aguardarmos um ônibus que nos levaria até a aeronave, que novamente estava no meio do pátio, para embarcar. Ficamos lá aguardando e nada... A funcionária ligou várias vezes para agilizar o nosso embarque e a demora foi tanta que eu gravei um vídeo do local para provar o que estou narrando agora. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2014 – grifo nosso)

[...] venho aqui através deste email. Comunicar o tratamento que recebi pela tam, [...] Tanto dentro da aeronave como do pessoal de apoio em solo. Sou cadeirante e tetraplégico, tendo em vista minha situação **me deparei com a falta de tato, habilidade e treinamento, de lhe dar com pessoas com deficiência motora. Todos os procedimentos de vocês ficou a desejar. Ao ponto de me subirem numa escada rolante em GIG, com o rapaz me segurando a cadeira por atrás com risco de cair tanto eu e ele**. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2023 – grifo nosso)

Em uma outra reclamação, a mãe de uma criança cadeirante desabafa: *“Tenho ciência do despreparo dos funcionários para resolução dos problemas relacionados*

aos "passageiros especiais", no entanto, espero que esse quadro mude o quanto antes." (RECLAMAÇÃO Nº 1002)

Nestes relatos nos deparamos com vários aspectos que deixam a desejar, o quanto a dimensão Segurança. Desde a falta de conhecimento e cortesia dos funcionários, passando falta e/ou má comunicação, a falta de credibilidade e competência dos agentes prestadores do serviço. É sabido da importância do bem-estar do cliente durante a esse processo e de suas expectativas com o mesmo. Sendo assim, as empresas devem fazer o máximo para alcançar o que se é prometido com a venda de seu serviço. Buscando trazer a satisfação das necessidades de seus clientes, evitando problemas futuros e conseguindo novos clientes com a boa reputação.

A seção seguinte nos traz informações sobre a dimensão Empatia e as principais queixas dos clientes a ela.

4.2 Dimensão Empatia

A dimensão Empatia se relaciona, segundo os autores Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), com o fornecimento de cuidados e atenção individual aos clientes. Uma dimensão muito importante para esse trabalho, pois, ao analisarmos as reclamações, nota-se a necessidade de uma atenção individualizada e empática por parte dos prestadores do serviço ao público cadeirante.

A seguir trechos dos relatos que evidenciam as dificuldades encontradas pelos clientes cadeirantes sobre essa dimensão.

[...] fui atendido pelo funcionário Péricles em POA, quem me atendeu com grosseria, irônico e sem qualquer postura para lhe dar com tal situação. Pois ele não deu o real valor que para um cadeirante a falta que essas peças iria fazer falta para mim no meu dia dia. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2023)

[...] Uma funcionária solicitou ao atendente que me levasse ao portão de embarque e **ele fez uma cara de que não desejava fazer isto, olhou para cima e ainda respirou forte como alguém que estava cansado e não disponível para aquela atividade. Ele finalmente pegou a cadeira e, com muita má vontade, começou a me levar ao portão de embarque.** [...] Sou diabética e não posso ficar muitas horas sem comer e, sem querer, embarquei alguns pequenos lanches que costumo carregar comigo na mala que fiz check-in. Solicitei a ele que parasse um minutinho para que eu comprasse algo para viagem e que eu comeria no portão, mas que eu apenas comprasse algo. **Ele também achou ruim e ficou todo o tempo agindo com descontentamento,** mesmo eu não tendo levado mais que 5 minutos

entre comprar e sair da loja. Também queria ir ao banheiro, mas diante de tudo isto, desisti de pedir [...] (RECLAMAÇÃO Nº 1013 – grifo nosso)

[...] Dirigi-me ao balcão sinalizado com o desenho universal de cadeirantes [...] **a atendente quase me expulsou dali dizendo que meu check-in era do outro lado** e eu deveria pegar a fila que por sinal estava enorme, dando voltas no bloqueio e impossível locomover-se com uma cadeira de rodas como a minha. [...] Minha acompanhante e eu questionamos porque o balcão sinalizado não estava atendendo cadeirantes e sim usuários de cartão smiles platinum e diamante. **Não houve explicação e sim, que nosso check-in era em outra fila.** [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2003– grifo nosso)

[...] precisei ficar implorando a todos os funcionários da TAM que passavam dizendo "Sr, por favor, me leve para o embarque, já está na hora de saída do meu vôo, o embarque já iniciou há muito tempo e eu ainda estou no check-in, vou perder o avião!", ao que eu sempre recebia de resposta "aguarde aí, Srta!". [...] O funcionário pegou a minha cadeira de rodas, passou pela porta de vidro, me encostou num canto ao lado, pediu pra que eu aguardasse e começou a fazer o embarque dos passageiros não prioritários. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2029)

Em uma outra reclamação, o cliente relata que é indagado pela funcionária “[...] *Ela não anda nada?? perguntava a atendente, irritada, como se fosse uma questão de preguiça [...]*”. E no decorrer da reclamação, desabafa, opina e sugere:

[...] A empresa deve prestar mais atenção ao atendimento preferencial, que não precisa ser amável ou nada do tipo, mas precisa ter respeito com os usuários. O aeroporto, que já é um lugar caótico, precisa dar atenção a quem mais precisa de ajuda para se locomover. (RECLAMAÇÃO Nº 2013)

Situações como as explicitadas nestas reclamações, demonstram a necessidade crucial de investir em treinamento e capacitação de pessoal. Talvez até, uma melhor forma de avaliação e de seleção no ato da contratação. Vale avaliar, até mesmo, as condições de satisfação dos funcionários em suas funções. Pois essas situações só trazem pontos negativos às empresas prestadoras de serviço de qualquer natureza. Seja pela perda do cliente atual, dos futuros (pela má reputação), seja por motivos jurídicos (ações judiciais iniciadas pelos clientes contra as empresas), entre outros.

Na seção que segue, traremos informações sobre a dimensão Responsividade e as principais reclamações dos clientes sobre ela.

4.3 Dimensão Responsividade

A dimensão Responsividade (que também podemos chamar de Resposta), se trata, segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), da disposição em ajudar os clientes e prestar-lhe o serviço prontamente.

A seguir apresentamos trechos das principais reclamações desta pesquisa, relacionadas a essa dimensão. Para assim entendermos um pouco mais sobre a dimensão e o que foi visualizado pelos clientes em suas experiências (negativas).

[...] fomos de ônibus da aeronave até a área de desembarque. Inicialmente, a companhia não me ajudou neste percurso até o ônibus, fui ajudada por passageiros. Quando o ônibus chegou no seu destino, ninguém da TAM estava lá, fiquei sozinha no ônibus e o motorista pediu para que eu descesse. Disse a ele que não poderia descer sem que um funcionário da TAM estivesse lá, pois eu não podia andar. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 1013)

Em uma das reclamações, uma cliente relata que: “[...] *Uma hora e 40 minutos se passaram, e simplesmente eu fui esquecida dentro do avião pela tripulação do voo anterior da Gol.*” (RECLAMAÇÃO Nº 2015). Mostra que não existiu pronto atendimento às necessidades dessa cliente, causando constrangimento desnecessário e descaso com a sua situação.

Em outro relato, ao passar por uma situação de acomodação de sua mãe cadeirante numa das cadeiras do avião, o cliente reclama: “*A tripulação permanecia omissa sem manifestar nenhuma ação para nos ajudar*” (RECLAMAÇÃO Nº 2041). O cliente reclama por ter feito a acomodação sozinho, sobre os olhares da tripulação, enquanto essa não se ofereceu ajuda alguma.

O que foi falado por nós na dimensão Empatia, serviria perfeitamente também para dimensão Resposta. A necessidade de pessoal preparado para lidar com situações em que o cliente necessite de atenção especial é crucial para o bom atendimento e prestação do serviço com qualidade.

Na próxima seção iremos trazer informações a respeito da dimensão Tangível e as principais queixas dos clientes sobre a mesma.

4.4 Dimensão Tangível

A dimensão tangível está relacionada a aparência das instalações físicas, equipamentos e aparência pessoal, segundo os autores Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988). Nesse sentido, foram analisadas as reclamações e expostas a seguir:

Meu irmão com dificuldade de mobilidade não teve acesso a cadeira de rodas porque eles só disponibilizam na hora do embarque. Na hora do embarque não há nenhuma cadeira disponível, estão todas ocupadas, ou seja, número insuficiente para a demanda. O deficiente não consegue ir com o acompanhante ao lado porque os lugares são demarcados só para a pessoa com a deficiência. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 1009)

[...] quando chegamos para embarque, tivemos que ficar na chuva, porque não tinha nenhuma proteção. [...] E na hora do embarque [...] descobrimos que não havia elevador para o passageiro cadeirante descer para embarcar no seu vôo!!? (RECLAMAÇÃO Nº 2014)

“[...] outra coisa que me deixou muito chateado com a Gol Linhas Aereas foi o fato que na hora de embarcar meu filho no avião, tive que pegar ele no colo e subir as escadas do avião [...]” (RECLAMAÇÃO Nº 2011)

[...] tivemos um desembarque "Horível" causado pela falta de organização da Empresa Azul em terra, pois tiveram que descer minha esposa da aeronave, carregando na mão em uma cadeira de rodas, que poderia ter ocasionado um grave acidente. Mais ainda, teve que esperar no frio uma "Van" do Aeroporto, sem condições para locomover cadeirantes e eu próprio tive que erguer minha esposa no colo para subir e descer da "Van", causando constrangimento e lágrimas em minha esposa. Correndo risco, também de um grave acidente. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2038)

“[...] Porta do avião minúscula, corredor estreito e o cadeirante tem que ser pego NO COLO pra poder se transferir! [...]” (RECLAMAÇÃO Nº 2009)

[...] Chegando no aeroporto de Porto Seguro, não havia equipamento adequado para descer com cadeira de rodas, nem a cadeirinha da cia aérea, nem ambulifiting... Nada. A cliente/passageira foi colocada numa cadeira manual e carregada pela escada (correndo risco de cair). (RECLAMAÇÃO Nº 2025)

São relatos de falta de estrutura apropriada, falta de material, equipamentos e sinalização adequados e em quantidades suficientes, evidenciando algumas das mais frequentes dificuldades encontradas pelo público cadeirante em fazer o uso devido e de maneira segura, dos serviços aéreos. Vale frisar que o fato de adequar as instalações e adquirir tais equipamentos e máquinas, não resolverá de imediato os problemas encontrados pelos clientes. Pois, para que isso aconteça, é necessário

que existam funcionários capazes de manusear de forma segura e hábil esses equipamentos. Além de serem cordiais e proativos.

A seção seguinte traz trechos de relatos de insatisfações dos clientes, relacionadas a dimensão Confiabilidade.

4.5 Dimensão Confiabilidade

A dimensão Confiabilidade segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), se liga a capacidade em executar um serviço conforme o prometido e/ou combinado anteriormente, de forma confiável e precisa. Seguem relatos de reclamações ligadas a essas características:

[...] a cadeira de rodas foi danificada pela TAM, assim como minha mala. Abri um relatório imediatamente, ao chegar no aeroporto e um funcionário da Tam, André, se prontificou a resolver. O tempo passou e nada fizeram, entrei em contato incontáveis vezes e desde então nenhuma posição nos foi dada. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2018)

[...] depois de o funcionário alegar que deveríamos esperar porque pra descer deveria vir um funcionário descer de costas pois de frente era arriscado e estávamos sob responsabilidade da companhia aérea. Porém, quando chegou a funcionária para acompanhar até o avião, a mesma desceu com a cadeira de rodas de frente (como haviam dito antes, que não podia ser feito [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2025)

[...] Chegando ao aeroporto Santos Dumont-RJ, não havia reserva de cadeira de rodas, conforme combinado. [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2041)

[...] Ao realizar o checkin diferente do que havia sido prometido nos reservaram na terceira fila, alegando que a primeira já teria sido reservada para outras prioridades, ficando a gente dependente da gentileza de quem estiver sentado lá de ceder o lugar.. [...] Ao chegar na aeronave, e conversar com a comissária de bordo, tendo apresentado o atestado, nos foi permitido sentar na primeira fileira, onde constatamos que diferente da explicação anterior não havia nenhum passageiro previsto (!!). Ou seja, a orientação do atendente do checkin não estava correta e ainda causou estresse desnecessário. (RECLAMAÇÃO Nº 2040)

[...] sou Cadeirante solicitei auxílio. Me ligaram uma semana antes e informei todas as necessidades. No dia do voo nada aconteceu. Me alocaram na última cadeira do avião . Na saída ninguém pra ajudar com a mala. Acabei perdendo a conexão [...] (RECLAMAÇÃO Nº 2046)

A partir dos trechos relatados à cima, evidencia-se desde o não cumprimento do que se foi prometido, passando pelo serviço realizado de forma não adequada, e somando às informações desconhecidas, repassadas por funcionários dos serviços aéreos, que deixam a desejar no sentido da confiabilidade com o serviço prestado.

Mais um ponto crítico evidenciado pelos clientes, pois, na relação cliente-prestador de serviço, a confiança é critério de continuidade e reconhecimento de qualidade de serviço.

No próximo capítulo, iremos fazer as Considerações Finais a respeito desse trabalho. Também traremos Recomendações Gerenciais para melhoria dos serviços e Sugestões para pesquisas futuras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa, de um modo geral, buscou identificar por intermédio das reclamações realizadas por meio online, a qualidade de serviços prestados por empresas do setor aéreo na perspectiva dos consumidores cadeirantes. Nesse sentido foi objetivado identificar as principais queixas do consumidor cadeirante aos serviços do setor aéreo, logo após, evidenciar os fatores que influenciam a qualidade do serviço aéreo para esse determinado público e nas Recomendações Gerenciais – próxima seção desse capítulo – buscar encontrar meios de facilitar e melhorar os serviços prestados pelo setor aéreo para esse consumidor, apresentando recomendações para soluções gerenciais.

No primeiro instante, buscamos reclamações dos consumidores com deficiência para alcançarmos identificar as queixas desse público. Visualizou-se que existem muitas reclamações em diversos setores do serviço aéreo. O que se percebeu foi que os serviços deixam a desejar em diversos aspectos, desde a falta de estrutura para mobilidade do cadeirante dentro dos aeroportos, ao fazer o embarque, durante a viagem e no desembarque, até a informações desencontradas e atendimento que deixa muito a desejar, mostrando despreparo e falta de empatia por parte dos atendentes dos aeroportos e tripulação das aeronaves.

Percebeu-se também, que muitas vezes existe uma lacuna entre o que se é prometido ao cliente e o que realmente é ofertado, vimos isso em diversos casos. Esse *gap* pode ser explicado ou ter correlação com o distanciamento entre as informações passadas pela operadora dos aeroportos a operadora do transporte aéreo. É como se existisse uma barreira que dificultasse a comunicação entre os prestadores do serviço. Por consequência, esse fator veio a infligir por diversas vezes nos direitos e prioridades do consumidor cadeirante, algo muito grave para as organizações que prestam o serviço.

Essas queixas evidenciam os diversos problemas que o consumidor cadeirante enfrenta ao fazer uso dos serviços aéreos brasileiros. São lacunas da qualidade dos serviços ainda não foram preenchidas pelas empresas do setor aéreo e que merecem total atenção por parte delas. Lacunas essas que identificam e expõem os fatores que influenciam a qualidade do serviço para este público.

A seguir, iremos trazer um gama de Recomendações Gerenciais, que visam melhorar a prestação do serviço ao cadeirante e ao público diverso como um todo.

5.1 RECOMENDAÇÕES GERENCIAIS

Essa seção busca trazer aos gestores das empresas do setor aéreo, sugestões de melhorias para o serviço que eles oferecem. Com base nas reclamações realizadas pelos clientes, se visualizou os erros críticos e aqui se traz recomendações para corrigi-los.

Concretizando o saber de que, “o cliente é a alma do negócio”, o objetivo das empresas é a venda de seus produtos e serviços. É o cliente que mantém o funcionar das organizações. E com isso, é imprescindível que exista a satisfação do mesmo, e para isso, é necessário se entregar qualidade nessa relação. Sendo assim, os gestores devem estar atentos a necessidades e anseios de seus clientes.

O que foi visualizado durante a pesquisa é que existem diversos aspectos de mobilidade que podem ser melhorados, dando melhor atendimento as necessidades dos cadeirantes. A aquisição de rampas de acesso, cadeiras robóticas e *ambulifts* (veículo com plataforma elevatória), deve estar ligada ao treinamento e capacitação dos funcionários. É necessário que se tenham funcionários que saibam lidar com esses equipamentos e que sejam educados a serem cordiais e empáticos com os clientes. Com isso, se evitará problemas na relação cliente – prestador do serviço e trará satisfação ao cliente com a qualidade do serviço.

Outro aspecto importante em relação ao treinamento do pessoal, é que deve-se preparar os funcionários que tratam diretamente com o público, para que eles tenham presteza, cortesia e ofereçam o serviço com dignidade, atuando proativamente em lugar de apenas responsivamente. Novamente, para isso é interessante que se trabalhe a empatia dos funcionários com os clientes. Uma forma muito interessante de se alcançar isso é utilizando de pessoas com deficiência em sua equipe de atendimento e a realização de palestras com todos os funcionários, onde eles tenham contato com as dificuldades desse público e aprendam como lidar com elas.

Quanto às dificuldades encontradas em relação as informações desconhecidas e não cumprimento do que se foi prometido/acordado, as empresas devem criar mecanismos de controle em relação a isso. Por exemplo: quando se sabe que o voo terá uma pessoa com necessidade de atendimento especial, esse cliente deve ser lembrado sempre que tomada alguma atitude em relação a esse voo. Atitudes como, a mudança de portão de embarque, devem levar em conta a

acessibilidade, e serem feitas deixando tempo hábil para que o cadeirante chegue ao novo portão há tempo. Acreditamos que com a atenção voltada ao “voo com pessoas que precisam de atenção especial”, os aeroportos e as empresas de aviação aérea, consigam estreitar a comunicação e evitar os problemas citados.

Outra sugestão é a implementação de “voos teste” regulares, onde um cadeirante fará uso dos serviços aéreos/aeroportos e companhias aéreas, sem o conhecimento dos demais funcionários. Esse cadeirante deverá relatar suas principais dificuldades e apontar onde o serviço pode e deve ser melhorado.

Com o que foi dito, segue um resumo das recomendações gerenciais em forma de lista para melhor e mais fácil apreciação:

- Aquisição de rampas de acesso, cadeiras robóticas e *ambulifts* (veículo com plataforma elevatória);
- Treinamento e capacitação dos funcionários para o manuseio com esses equipamentos;
- Treinamento de pessoal para que sejam educados, cordiais e empáticos com os clientes. Oferecendo o serviço com presteza e dignidade, de forma proativa;
- Utilizar de pessoas com deficiência em sua equipe de atendimento;
- Realizar palestras com todos os funcionários, onde eles tenham contato com as dificuldades desse público e aprendam como lidar com elas.
- Criação de um mecanismo de identificação do voo com pessoas com necessidades especiais;
- Implementação de “voos teste” regulares.

Posteriormente se traz os limites que foram encontrados para essa pesquisa.

5.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa se baseou nas reclamações realizadas por meio online, no site do ReclameAqui.com. No entanto sabe-se que essa é apenas uma fatia das reclamações, logo, para se conhecer mais das dificuldades encontradas por esses clientes, seria necessário realizar pesquisas *in loco*, entrevistas e ter acesso aos prontuários de reclamações das empresas do setor aéreo.

5.3 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

Com a limitação da pesquisa realizada apenas com as reclamações online, sugere-se que as pesquisas futuras se voltem a realizar pesquisas *in loco*, entrevistas, buscar ter acesso aos prontuários de reclamações das empresas e utilizar dos serviços aéreos acompanhado de um cadeirante, para se relatar os problemas que forem encontrados.

REFERÊNCIAS

ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). **Anuário do Transporte Aéreo 2014**. Disponível em: <www.anac.gov.br/assuntos/dados-do-anuario-do-transporte-aereo>. Acessado em 15 de agosto de 2016.

ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). **Dados estatísticos 2015**. Disponível em: <www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/dados-estatisticos/dados-estatisticos>. Acessado em 15 de agosto de 2016.

ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). **Dados estatísticos 2016**. Disponível em: <www.anac.gov.br/assuntos/dados-e-estatisticas/dados-estatisticos/dados-estatisticos>. Acessado em 15 de agosto de 2016.

ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). **Resolução Nº 009, de 05 de junho de 2007**. Disponível em: <http://www2.anac.gov.br/arquivos/pdf/AberturaDeEsataConformelac163-1001A.pdf>. Acessado em 06 de setembro de 2016.

SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL. **Entidades do Setor Aéreo**. Disponível em: <<http://www.aviacao.gov.br/assuntos/o-setor-aereo/entidades-do-setor-aereo>>. Acessado em 30 de agosto de 2016.

ARRUDA, M. C. C.; ARRUDA, M. L. **Satisfação do cliente das companhias aéreas brasileiras**. RAE – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 38, n. 3, p. 25-33. 1998.

BRASIL. **Decreto Nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3298.htm>. Acesso em: 16 de abril de 2016.

BRASIL. **Decreto Nº 3.956, de 08 de outubro de 2001**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/d3956.htm>. Acesso em: 16 de abril de 2016.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm. Acesso em: 27 de abril de 2016.

BROMLEY, R.; MATTHEWS, D.; THOMAS, C. **City centre accessibility for wheelchair users: The consumer perspective and the planning implications.** *Cities*, v. 24, n. 3, p. 229-241, 2007.

BURNETT, J. **What services marketers need to know about the mobility disabled consumer.** *The Journal of Services Marketing*, v. 10, n. 3, p. 3-20, 1996.

CARTILHA DO CENSO 2010 – **Pessoas Com Deficiência.** Brasília: SDH-R/SNPD, 2012.

CARVALHO, M., PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e casos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CERIGNONI, F. N. ROGRIGUES, M. P. **Deficiência: uma questão política?**São Paulo: Paulus, 2005.

CERVO; A.; BERVIAN, P. **Metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

FÁVERO, E. A. G., **Direitos das Pessoas com Deficiência: Garantia de igualdade na diversidade.** Rio de Janeiro: WVA – Ed. 2004.

FREITAS, A. L. P. **A qualidade em serviços no contexto da Competitividade.** Vol. 5, Num. 1, Florianópolis, 2005.

GIANESI, I. N.; CORRÊA, H. L. **Administração Estratégica de Serviços – Operações para a satisfação do cliente.** São Paulo: Atlas, 1994.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOODRICH, K.; RAMSEY, R. **Are Consumers with Disabilities Receiving the Services They Need?** *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 19, n. 1, p. 88-97, 2012.

HOGG, G.; WILSON, E. **Does he take sugar? The disabled consumer and identity.** *British Academy of Management Conference Proceedings*. St. Andrews, Scotland: Aug. 2004.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd_2010_caracteristicas_populacao_domicilios.pdf>. Acessado em: 18 de abril de 2016.

JAIN, S. K.; GUPTA, G. **Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales**. Vol. 29, N. 2, - Vikalpa, 2004.

JAIN, S. **Urban Errands: The means of mobility.** *Journal of Consumer Culture*, Brighton, v. 2, n. 3, p. 385-404, 2002.

KAHTALIAN, M. **Marketing / Fae Business School**. Marketing Empresarial. Coleção Gestão Empresarial 3. Curitiba: Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus, 2002.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total Em Serviços: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos**. 6 ed. – São Paulo: Editora Atlas, 2008.

MELHORESDESTINOS.COM, Disponível em: <http://www.melhoresdestinos.com.br/gol-acessibilidade-voos.html>. Acessado em: 06 de outubro de 2016.

MELO, A. A. A. **Avaliação do nível de satisfação do cliente de telefonia fixa no novo modelo brasileiro de telecomunicações: O caso de Pernambuco**. Recife, 2003.

NICHOSON, J.; KULYUKIN, V.; COSTER, D. **ShopTalk: Independent blind shopping through verbal route directions and barcode scans.** *The Open Rehabilitation Journal*, Boston, v. 2, n. 1, p. 11-23, 2009.

OLIVEIRA, O. J. (Org.) et al. **Gestão da Qualidade: Tópicos avançados.** São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2006.

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e prática.** 2. Ed. -10. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML. V. A. BERRY. L. L. **SERVQUAL A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.** Vol. 64. N. 1. - *Journal of Retailing*, 1988.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. **Manual de investigação em Ciências Sociais.** 2. ed. Lisboa: Gradiva, 1998.

RECLAME AQUI. **Institucional.** Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/institucional> />. Acesso em: 16 Agosto 2016.

SILVA, J. O., ABREU, N. R., GOSLING, M. **“Ao Alcance De Quem?!”: Uma Reflexão Sobre A Decisão De Compra Das Pessoas Com Deficiência Física Sob A Perspectiva Da Acessibilidade.** *E&G Economia e Gestão*, Belo Horizonte, v. 15, n. 40, Jul./Set. 2015.

SILVA, C. R., GOBBI, B. C., SIMÃO, A. A. **O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método.** *Organ. rurais agroind.*, Lavras, v. 7, n. 1, p. 70-81, 2005.

VERGARA, S. **Métodos de pesquisa em Administração.** 3. ed. São Paulo: Altas, 2008.