

Programas de Fidelidade no Mercado de Passagens Aéreas: Desenvolvimento e Oportunidades para Pesquisas Futuras.

Carolina de Paula Nunes Gavinho¹
Verônica Feder Mayer²

Resumo: Este artigo visa apresentar os programas de fidelidade e as tendências emergentes, como a venda de pontos/milhas e a emissão de passagens aéreas mais baratas. Por ser um mercado altamente lucrativo, com pontos expirando e número crescente de participantes, entender o comportamento dos turistas no processo de decisão ao resgatar ou vender seus pontos, é um tema relevante para pesquisas sobre o comportamento do consumidor no turismo, visto que a maior parte do resgate de pontos continua sendo por passagens aéreas. Dessa forma, foi feita uma revisão bibliográfica a fim de investigar o atual status das pesquisas que estudam os programas de fidelidade sob a perspectiva do comportamento do consumidor no turismo, tanto no Brasil como no exterior. Entre os estudos com foco em programas de fidelidade a metodologia experimental é a mais expressiva, porém, foram identificadas metodologias diversas, conforme é apresentado neste artigo. Devido aos recentes avanços tecnológicos, ferramentas de marketing e novas plataformas, novos desafios e oportunidades surgiram nesse cenário, como o fenômeno de venda de pontos/milhas para emissão de passagens para terceiros e a compra de passagens aéreas mais baratas do que nos sites das cias aéreas através desses pontos vendidos. A venda de pontos ainda não é um setor regulamentado, mas enfrentava barreiras impostas pelas cias aéreas em 2019 e início de 2020. Com os resultados obtidos, são discutidos os principais temas de estudo para futuras pesquisas, como impacto do surgimento de novos intermediários e novas tecnologias na tomada de decisão de venda/resgate dos pontos e como o consumidor percebe esse movimento ao tomar suas decisões.

Palavras-Chave: programas de fidelidade; programas de pontos; milhas aéreas; comportamento do consumidor no turismo; marketing turístico.

¹ Mestranda em Turismo na Universidade Federal Fluminense, pós-graduada em Gestão e Gerenciamento de Projetos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e publicitária. <http://lattes.cnpq.br/0827079155377199>. carolinagavinho@id.uff.br

² Prof. Verônica Feder Mayer, PhD. Universidade Federal Fluminense. <http://lattes.cnpq.br/4380725705167605>. veronicamayer@gmail.com