



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

Análise da Comunicação Interna de Companhias Aéreas Pela Percepção dos Aeronautas

Kevin Ferreira Corcino¹
Sérgio Rodrigues Leal²

Resumo

A comunicação interna empresarial representa um fator crítico de sucesso diante de cenários de grande instabilidade econômica e política. Para o importante setor econômico da aviação civil nacional, as companhias aéreas possuem uma importância estratégica e essencial. Este sucesso possui em sua base o relacionamento entre as empresas e os seus aeronautas, que possuem um papel tanto de cliente interno como colaborador. Diante da crise causada pela pandemia, o relacionamento entre as empresas aéreas e seus aeronautas se tornou um ponto crucial para a resiliência do setor. Deste modo, esta pesquisa teve por objetivo analisar a percepção dos aeronautas acerca da comunicação interna adotada por empresas aéreas. Para atingir o objetivo, a pesquisa utilizou abordagem quantitativa, amostragem não-probabilística com uso da técnica bola de neve. A metodologia contou, ainda, com aplicação de questionário online com 20 perguntas fechadas para um universo de 407 aeronautas. Por meio do uso de análise fatorial exploratória e regressão linear múltipla foi possível analisar a comunicação interna adotada por empresas do setor aéreo diante da percepção de 378 aeronautas. Mediante os resultados foi possível verificar que a relação entre as avaliações feitas pelos aeronautas, divididas entre duas dimensões distintas, nomeadas de "Identificação Organizacional" e "Integração 360º", foram significativas para influenciar os aeronautas na sua recomendação das empresas aéreas a outros profissionais. As variáveis que compuseram os construtos "Relacionamento com o Departamento de Comunicação da Empresa" e "Uso de instrumentos de comunicação interna por parte da organização" não obtiveram resultados explicativos fortes, porém impactam de forma positiva. A comunicação interna adotada pelas empresas permitiu inferir que possui um fator importante para que seu público interno desenvolva um sentimento de identificação organizacional, para os aeronautas, este fato ficou contemplado pelos resultados. Os resultados também sugerem que boas práticas organizacionais, incluindo comunicação interna integrada com comportamento ético e receptivo a feedbacks, podem influenciar diretamente na identificação organizacional dos aeronautas com as empresas do setor aéreo.

Palavras Chave: Comunicação Interna. Companhias Aéreas. Aeronautas. Integração.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0340119374299202>. E-mail: kevin.corcino@ufpe.br

² Ph.D. em Turismo pela Universidade de Surrey (Reino Unido). Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9559630444113123>. E-mail: sergio.rleal@ufpe.br.