

EMISSOR Escola: SENAI "ALMIRANTE TAMANDARÉ" – CFP 1.20 – SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP	CÓDIGO PCP	PÁGINA 1 de 6
TÍTULO Estudo de Caso	VIGÊNCIA Indeterminada	REVISÃO 00

Curso Técnico de Mecânica – Planejamento e Controle da Produção (PCP)

_____	_____	_____
NOME COMPLETO	MATRÍCULA	TURMA

Qualidade em serviços - Estudo de caso da Azul Linhas Aéreas Brasileiras

Objetivo: desenvolver no discente a capacidade de síntese em relação a um estudo de caso proposto, o qual apresente relação com a Unidade Curricular estudada.

Instruções:

- Leia atentamente o estudo de caso com tua equipe de trabalho;
- Discuta com tua equipe qual foi o entendimento em relação ao estudo de caso proposto;
- Responda ao questionário proposto;
- Apresente suas respostas em uma plenária com as demais equipes de trabalho.

Qualidade em serviços - Estudo de caso da Azul Linhas Aéreas Brasileiras

Excelência em serviço e Qualidade em serviços são termos indispensáveis para administrar uma empresa na atualidade. Este artigo demonstra através de um exemplo prático como atingir este nível.

Anderson Tonnera, 5 de julho de 2011

O termo "qualidade" vêm sendo alvo de grandes debates na área de prestação de serviços, tendo em vista a dificuldade de mensuração pela sua característica própria: A intangibilidade. Como qualificar a prestação de serviços em um mercado tão competitivo? Como buscar o grau máximo de excelência sem comprometer os custos e mantendo um preço acessível? O novo cenário apresenta um entendimento da organização acerca de vários pontos críticos: Atendimento, Consumo, Relacionamento, Informação, Interatividade, entre outros.

Neste estudo, será avaliada a empresa Azul Linhas aéreas brasileiras, como sendo o exemplo de um grau máximo na excelência em serviços. Convém notar que a referida empresa em menos de 3 anos já ocupa uma fatia de mercado considerável, sendo bicampeã em pontualidade e tendo transportado mais de 10milhões de passageiros.

Seu idealizador David Neeleman tem larga experiência neste mercado e com grandes cases de sucesso e com a parceria de Pedro Janot criaram uma receita de sucesso para este nicho de mercado.

A estratégia de excelência em serviços da azul consiste na fundamentação de 4 pilares:

- Recursos Humanos;
- Confiabilidade;
- Necessidades;
- Diferenciação.

1. Recursos Humanos

A companhia fala de maneira orgulhosa que seu maior cliente é o seu público interno, que é chamado de tripulante azul. Ao efetuar uma rápida pesquisa nos maiores aeroportos do Brasil percebemos algo de diferente nos tripulantes azul. A cordialidade e receptividade são marcas registradas da companhia.

A azul tem valores bem definidos e divulgados para seus colaboradores. Existe uma instrução clara de que em caso de dúvida em algum processo decisório, o colaborador deve agir baseado nos valores da empresa.

EMISSOR Escola: SENAI "ALMIRANTE TAMANDARÉ" – CFP 1.20 – SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP	CÓDIGO PCP	PÁGINA 2 de 6
TÍTULO Estudo de Caso	VIGÊNCIA Indeterminada	REVISÃO 00

Curso Técnico de Mecânica – Planejamento e Controle da Produção (PCP)

O transporte aéreo é um setor que demanda um nível de atendimento muito próximo da perfeição, tendo em vista que existem pessoas com receios ou até mesmo traumas deste tipo de transporte, por isso o colaborador deve estar ciente disto.

A capacitação dos comandantes na interação com o cliente durante as viagens também chama atenção, isso retrata a preocupação da empresa com seu capital intelectual.

1. Confiabilidade

A Azul possui a frota mais jovem do país e por isso gera um valor para o cliente que é essencial para o sucesso neste mercado: A confiabilidade. A empresa opera com jatinhos Embraer de última geração e vem realizando aquisição de ATR's visando rotas menores. Ao contrário de outras empresas do ramo, que fizeram aquisição de aeronaves usadas, todos os jatos da Azul foram comprados diretamente do fabricante.

A empresa possui a mais moderna universidade do ramo, agregando conhecimento e treinamento ao seu corpo funcional, o que garante maior tranquilidade ao seu cliente.

O corpo técnico da Azul, chamado de "Azul Tec" já ganha uma grande identificação com o público que viaja pela companhia, os mesmos são sempre cordiais com os clientes e possuem uniforme de bom nível.

2. Necessidades

A Azul teve uma excelente penetração de mercado por uma grande visão de seus fundadores: Percebeu uma lacuna na prestação de serviços aéreos e usou o aeroporto de Viracopos em Campinas como seu ponto de partida para o sucesso.

Trata-se de um aeroporto com grande capacidade de operação e que estava sucateado; Hoje, o aeroporto é praticamente dominado pela Azul e tem ótima capacidade operacional.

A classe média brasileira vem aumentando seu poder de consumo e a Azul percebeu este movimento e preparou o serviço certo para este público, que também possui um alto grau de exigência na prestação de serviços.

1. Diferenciação

Uma organização para se estabelecer no mercado deve possuir um direcionamento: Preço ou Diferenciação. A Azul conseguiu o fenômeno de juntar estes dois fatores, mantendo preço competitivo e com várias estratégias de diferenciação no mercado em que atua. Seguem algumas estratégias claras:

a) Espaço Externo da Aeronave: A empresa usa este espaço como ferramenta de mídia de forma criativa e inovadora (a Azul foi eleita a empresa mais inovadora de 2010). Além disso, vêm defendendo em suas aeronaves rosas a prevenção do câncer de mama.

b) Condições de pagamento: A empresa trabalha com linha diferenciada de parcelamento de passagens, possibilitando a qualquer cliente realizar o possível sonho de andar de avião.

c) Serviço de Bordo: O serviço é todo padronizado com opções de ótimo nível, além disso possui bebidas em quantidade generosas a escolha do cliente.

d) Poltronas Confortáveis: As aeronaves possuem o maior espaço entre as poltronas da categoria, bem como um design que permite ao cliente ter um voo confortável e possa descansar tranquilamente.

e) Cliente Safira: Ao contrário das outras companhias, em que o cliente acumula pontos ou milhas, na Azul o cliente acumula em dinheiro através do programa de fidelidade e pode trocar por passagens em qualquer trecho operado pela companhia.

EMISSOR Escola: SENAI "ALMIRANTE TAMANDARÉ" – CFP 1.20 – SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP	CÓDIGO PCP	PÁGINA 3 de 6
TÍTULO Estudo de Caso	VIGÊNCIA Indeterminada	REVISÃO 00

Curso Técnico de Mecânica – Planejamento e Controle da Produção (PCP)

f) Batismo Aeronaves: A azul resgatou uma tradição brasileira e atribui nomes criativos e inovadores a todas as suas aeronaves.

g) Ônibus Executivo: A empresa oferece transporte Saindo de Campinas, Porto Alegre e Navegantes, com alto padrão. Com este tipo de serviço o cliente pode ir de Campinas a Sorocaba, por exemplo.

Em linhas gerais, o estudo visa mostrar através de um exemplo prático, como alinhar os três itens básicos para alcançar a excelência em serviços no mercado competitivo (preço, serviço de valor agregado e foco no cliente). A Azul Linhas Aéreas Brasileiras vem desempenhando estes fatores com sucesso e pode servir de benchmarking para outras companhia.

Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/qualidade-em-servicos-estudo-de-caso-da-azul-linhas-aereas-brasileiras/56399/>>

Questões:

Questão 1: Qual o objetivo do estudo?

Questão 2: Qual a justificativa para realização do estudo?

Questão 3: Como a empresa define os critérios para seguimento das normativas relacionadas à Qualidade?

Questão 4: Quais os locais onde foram realizados o estudo?

Questão 5: Qual a metodologia?

Questão 6: Qual a conclusão a respeito de estudo realizado?

Questão 7: O estudo pode ser qualificado como Quantitativo, Qualitativo ou Quali-Quantitativo? Justifique tua resposta.

Questão 8: Quais Ferramentas da Qualidade, que você conhece, podem ter sido utilizadas no Case?

Questão 9: Qual o impacto de um gerenciamento visual (em sistema da qualidade) em uma organização?

Questão 10: Um programa Zero Defeito é algo factível na Indústria Brasileira? Justifique tua resposta.

Questão 11: Em tua opinião, qual a melhor maneira de proporcionar a um funcionário instruções sobre seu trabalho? Há mais de uma maneira?

“Quem observa o vento, nunca semeará, e o que olha para as nuvens nunca segará.” (Ec 11:4)

