

COMPANHIAS AÉREAS: O QUE EXPLICA A ESCOLHA DOS TURISTAS BRASILEIROS?**AIRLINES: WHAT EXPLAINS THE CHOICE OF BRAZILIAN TOURISTS?****AEROLÍNEAS: ¿QUÉ EXPLICA LA ELECCIÓN DE LOS TURISTAS BRASILEÑOS?**

10.56238/revgeov17n2-153

Viviane Chunques Gervasoni

Doutora em Administração

Instituição: FEI

E-mail: viviane.chunques@gmail.com

George Bedinelli Rossi

Doutor em Administração

Instituição: Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH USP)

E-mail: george.rossi@gmail.com

RESUMO

Segundo o Boletim de Logística divulgado pela a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) o transporte aéreo foi responsável por quase 70% dos embarques para viagens interestaduais em linhas regulares em 2019. No modelo TCP (Teoria do Comportamento Planejado), a intenção comportamental é diretamente influenciada por três componentes: atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido (Ajzen, 1991). Embora a TCP tenha sido usada em muitos estudos relacionados ao transporte (Hsiao; Yang, 2010; Jing et al., 2014), ele tem aplicação limitada na pesquisa de passageiros do LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou Low Cost Carriers). Nesse ínterim, essa pesquisa teve por objetivo expandir a teoria do comportamento planejado com foco nas companhias aéreas brasileiras de baixo custo. Teve como resultados encontrados que TCP quando aplicada a compreensão das companhias aéreas brasileiras de baixo custo tem como variáveis de explicação: risco, qualidade e frequência.

Palavras-chave: Turistas Brasileiros. Empresas Aéreas Brasileiras. Teoria do Comportamento Planejado.

ABSTRACT

According to the Logistics Bulletin released by the National Civil Aviation Agency (ANAC), air transport accounted for almost 70% of interstate travel on regular routes in 2019. In the Planned Behavior Theory (PBT) model, behavioral intention is directly influenced by three components: attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Although PBT has been used in many studies related to transportation (Hsiao; Yang, 2010; Jing et al., 2014), it has limited application in passenger research in the LCC (low-cost carrier) market. Therefore, this research aimed to expand the theory of planned behavior focusing on Brazilian low-cost airlines. The results showed that PBT, when applied to understanding Brazilian low-cost airlines, has the following explanatory variables: risk, quality, and frequency.



Keywords: Brazilian Tourists. Brazilian Airlines. Theory of Planned Behavior.

RESUMEN

Según el Boletín de Logística publicado por la Agencia Nacional de Aviación Civil (ANAC), el transporte aéreo representó casi el 70% de los viajes interestatales en rutas regulares en 2019. En el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP), la intención de comportamiento se ve directamente influenciada por tres componentes: actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido (Ajzen, 1991). Si bien la TCP se ha utilizado en numerosos estudios relacionados con el transporte (Hsiao; Yang, 2010; Jing et al., 2014), su aplicación en la investigación de pasajeros en el mercado de aerolíneas de bajo costo (LCC) es limitada. Por lo tanto, esta investigación tuvo como objetivo ampliar la teoría del comportamiento planificado, centrándose en las aerolíneas brasileñas de bajo costo. Los resultados mostraron que la TCP, aplicada a la comprensión de las aerolíneas brasileñas de bajo costo, presenta las siguientes variables explicativas: riesgo, calidad y frecuencia.

Palabras clave: Turistas Brasileños. Aerolíneas Brasileñas. Teoría del Comportamiento Planificado.



1 INTRODUÇÃO

Segundo o Boletim de Logística divulgado pela a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) o transporte aéreo foi responsável por quase 70% dos embarques para viagens interestaduais em linhas regulares em 2019. O setor aéreo é fundamental às atividades de turismo e, por isso, diz-se que catalisa, ou seja, induz parte de outras atividades envolvidas no turismo. (ANAC, 2023).

De acordo com a Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR), o setor aéreo foi responsável por 25,6% do valor adicionado bruto do turismo em 2019 e 27,1% dos impostos pagos relacionados à atividade turística. No geral, as atividades do setor aéreo catalisaram 53,2 bilhões de reais em valor adicionado via indução de atividades relacionadas ao turismo e R\$ 16,5 bilhões em tributos pagos por tais atividades.

A Azul Linhas Aéreas Brasileiras por exemplo, é uma empresa nacional de aviação, com sede em São Paulo. Criada em 2008, a companhia começou as suas atividades focadas em rotas regionais a partir do aeroporto de Viracopos (SP).

Em pouco tempo, a Azul conquistou um grande número de passageiros. Assim, ela expandiu as suas operações no território nacional e passou a oferecer rotas internacionais selecionadas, como Argentina, Estados Unidos, Portugal e Uruguai.

Em 2014, a Azul incorporou a *Trip* Linhas Aéreas e se tornou a terceira maior companhia em número de passageiros. Até junho de 2022, sua frota contava com mais de 140 aeronaves, com modelos nacionais da Embraer e internacionais da *Airbus* e da *Avions de Transport Régional* (ATR) (Genial Investimentos, 2023).

A abertura de capital da Azul aconteceu em 2017, em uma oferta pública inicial (IPO) que levantou cerca de R\$ 643 milhões. Na ocasião, foram emitidas ações preferenciais sob o ticket AZUL4 e essas são ações que garantem a preferência no recebimento de dividendos. (Genial Investimentos, 2023). Outra empresa que atua com transporte aéreo é a Gol Linhas Aéreas Inteligentes S.A. Criada em 2001, no Rio de Janeiro, ela está entre as maiores companhias de aviação do Brasil. Em junho de 2022, a empresa possuía mais de 120 aeronaves e realizava diferentes trajetos nacionais e internacionais. (Genial Investimentos, 2023).

A Gol também atua com logística, por meio da GAC Inc., além de possuir duas companhias de serviços financeiros (a *GOL Finance* e a *GOL Finance Cayman*). Ao longo de sua história, a empresa adquiriu a Varig e a Webjet, bem como firmou alianças com a Delta e a *Air France* — KLM. (Genial Investimentos, 2023).

Levando em conta que a atividade turística estimula o desenvolvimento econômico e social pela geração de emprego além de movimentar diferentes setores da economia, justifica-se este estudo pela investigação de como viagens aéreas de baixo custo estimulam o turismo. Nesse ínterim, o problema de pesquisa levantado é: A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) explica a escolha de



transporte aéreo do turista brasileiro? Tendo por objetivo expandir a teoria do comportamento planejado com foco nas companhias aéreas brasileiras de baixo custo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nas últimas décadas, houve aumento considerável de cunho acadêmico no que se refere ao enriquecimento do campo teórico e metodológico do Turismo. No entanto, visando maior desdobramento do objeto em si, um item relevante talvez não seja citado com frequência, a saber: o histórico do Turismo e das Viagens. (Cisne & Gastal, 2010).

Nesse sentido, Rodrigues (2000) afirma que a indústria do turismo tem apresentado resultados incomuns em países em desenvolvimento, visto que não só colabora para a criação de empregos, o aumento da renda, como contribui para diminuir as diferenças regionais e melhorar a qualidade de vida das regiões menos desenvolvidas, devido à execução de obras de infraestrutura, tais como transporte, saneamento, energia etc.

Embora não haja uma definição única para o turismo, a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas, em suas recomendações para estatísticas turística, o define como "as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros" (Campos, 2007).

Atualmente, o turismo abrange a correlação de diferentes setores de atividade econômica, com o objetivo de se promover uma viagem cultural, religiosa, de lazer ou de negócios. Para isso, se faz necessária a provisão de transporte, alojamento, recreação, alimentação e outros serviços relacionados para o atendimento das necessidades dos viajantes domésticos e internacionais, desde a chegada até a saída de uma cidade, estado ou país (Colantuono, 2015).

Em resumo, o turismo abrange todas as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001).

O grau de concentração de mercado nas operações de companhias aéreas *charter* (aquelas que fretam aeronaves para realizar voos que não fazem parte de sua malha aérea regular) varia entre países e até mesmo entre locais dentro de um país, mas parece estar altamente concentrada em mercados-chave. No final da década de 1980, por exemplo, as cinco principais companhias aéreas *charter* detinham uma participação de mercado combinada, em termos de milhas transportadas por passageiro, de mais de 80% na Espanha e aproximadamente 70% no Reino Unido (Bote Gómez & Sinclair, 1991).

O domínio das principais companhias aéreas *charter* está sendo desafiado, no entanto, pelo surgimento de companhias aéreas de baixo custo, cujas estratégias de precificação representam uma mudança significativa no comportamento do setor aéreo (Piga & Filippi, 2002) e pelo aumento da concorrência baseada em preços entre as principais companhias aéreas (Milman, 1997; French, 1998).



Na era da globalização, as viagens aéreas evoluíram de um luxo reservado apenas aos ricos para o principal meio de transporte para a maioria das pessoas que viajam pelo mundo, seja a negócios ou lazer. Isso é evidenciado não apenas pelo aumento substancial no número de pessoas que optam por viajar de avião nos últimos anos, mas também pelo fato de que o número de pessoas viajando de avião deve aumentar de quase 2 bilhões em 2021 para 2,6 bilhões em 2026 e para 8,2 bilhões em 2037. (Thongkruer & Wanarat, 2023).

Como é evidente no primeiro trimestre de 2022, o número total de passageiros aéreos domésticos foi de 9,74 milhões, aumentando em 23,4 por cento ou 1,85 milhões, em comparação com o trimestre anterior em 2021, no qual o número total de passageiros domésticos totalizou 7,89 milhões. (Thongkruer & Wanarat, 2023).

Diante disso, o mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers* (LCC), como são universalmente conhecidas, teve seu início com a mudança no modelo de negócios da *Southwest Airlines*, quando houve a desregulamentação do transporte aéreo nos Estados Unidos da América (EUA), em 1978. (Hiney, et al., 2025).

Uma revisão da literatura revela lacunas importantes na pesquisa de passageiros LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*). Em primeiro lugar, a literatura existente concentra-se principalmente nas escolhas intermodais entre FSCs (*Full Service Carrier*), ou seja, empresas que ainda embutem em suas estratégias de negócios muitos serviços e LCCs, que tem suas estratégias de negócios focadas no baixo custo e consequentemente por não prestarem serviços extras deixando de lado o estudo das intenções comportamentais dos passageiros. (Hiney, et al., 2025).

Embora esses estudos tenham identificado fatores importantes, como preço e serviço, para os passageiros escolherem LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) em vez de outros meios de transporte, eles não forneceram uma análise aprofundada de como esses fatores influenciaram a motivação dos passageiros para usar LCCs. (Hiney, et al., 2025). Diante disso, a aplicação da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) visa compreender os critérios que levam a escolha de transporte aéreo do turista brasileiro.

A teoria do comportamento planejado – TCP – é um dos quadros teóricos mais importantes para prever comportamentos humanos (Ajzen, 2002). No modelo TCP (Teoria do Comportamento Planejado), a intenção comportamental é diretamente influenciada por três componentes: atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido (Ajzen, 1991).

Embora os três componentes possam fornecer previsões úteis de intenção e comportamento, o modelo está aberto à inclusão de preditores adicionais se puder ser demonstrado que eles capturam uma proporção significativa da variação na intenção ou comportamento após as variáveis atuais da teoria terem sido consideradas (Ajzen, 1991). A flexibilidade e abertura do modelo tornam a TCP (Teoria do Comportamento Planejado) uma estrutura conceitual útil para examinar intenções e comportamentos



em vários domínios, incluindo transporte aéreo. Embora a TCP (Teoria do Comportamento Planejado) tenha sido usada em muitos estudos relacionados ao transporte (Hsiao & Yang, 2010; Jing et al., 2014), ele tem aplicação limitada na pesquisa de passageiros do LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*).

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (Ajze, 1991, 2002) é um modelo parcimonioso para explicar o comportamento humano, que é amplamente aplicado em uma variedade de campos, incluindo saúde, marketing, educação, etc. A ideia central por trás do TCP é que o comportamento real de uma pessoa é imediatamente determinado pela intenção comportamental, que é uma função de três construtos, ou seja, atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido.

Especificamente falando, a intenção comportamental é uma medida da força da disposição do indivíduo para realizar determinado comportamento (Ajzen 1991). Por definição, a atitude é um reflexo da reação avaliativa de uma pessoa em relação ao desempenho de um determinado comportamento, por exemplo, feliz ou triste, favorável ou desfavorável, inútil ou útil. Quanto mais atitude positiva os indivíduos tiverem, mais forte será sua intenção de conduzir um determinado comportamento (Beck & Ajzen 1991).

A norma subjetiva (SN) refere-se à "pressão social percebida para executar ou não o comportamento" (Ajzen 1991), que está relacionada à percepção das expectativas de outros importantes. Foi provado que a norma subjetiva afeta positivamente a intenção comportamental (Castanier et al. 2013; Wang et al. 2016).

Em relação ao controle comportamental percebido (PBC), ele foi adicionado à teoria inicial da ação racional (Ajzen & Fishbein 1980; Fishbein & Ajzen 1975), e reflete até que ponto uma pessoa percebe as restrições e suas capacidades sobre o comportamento alvo.

Simplificando, é definido como o grau de facilidade ou dificuldade para executar o comportamento como sendo percebido por um indivíduo (Ajzen 1991). Tomando como exemplo a escolha do modo de transporte, os indivíduos são mais intencionais a viajar por um determinado modo se tiverem algumas avaliações positivas em relação a ele, perceberem maior grau de pressão social para usá-lo e tiverem certeza de que possuem a habilidade necessária. Além disso, quando o controle comportamental percebido coincide com o controle comportamental real, ele também exerce uma influência direta sobre o comportamento (Ajzen 1991).

Embora a TCP (Teoria do Comportamento Planejado) tenha sido usada em muitos estudos relacionados ao transporte (Hsiao & Yang, 2010; Jing et al., 2014), ele tem aplicação limitada na pesquisa de passageiros do LCC. A literatura existente sobre o comportamento do passageiro no contexto do LCC é focada principalmente na escolha intermodal entre LCCs e FSCs usando modelos de escolha (Ong & Tan, 2010; Chang & Sun, 2012; Jung & Yoo, 2014) e na percepção dos LCCs baseado em modelos relacionados a serviços, especialmente o modelo SERVQUAL que mede



cinco dimensões de qualidade de serviço, incluindo tangíveis, capacidade de resposta, confiabilidade, garantia e empatia (Ariffin et al., 2010; Kim & Lee, 2011; Lerrthaitrakul & Panjakajornsak, 2014).

Na China, Chiou & Chen (2010) examinaram as relações entre serviços fatores, satisfação, imagem da companhia aérea e intenções comportamentais na escolha de LCCs e FSCs pelos passageiros. Os resultados indicaram que a percepção do serviço foi mais importante para os passageiros do FSC, enquanto o valor do serviço teve o maior efeito nas intenções entre os passageiros do LCC (Chiou & Chen, 2010). As atitudes e comportamentos dos passageiros receberam atenção limitada na pesquisa sobre passageiros LCC. Apenas um estudo de Buaphiban & Truong (2017) desenvolveu um modelo TCP (Teoria do Comportamento Planejado) para examinar as intenções de compra dos passageiros e as compras reais de passagens LCC na Tailândia. O estudo focou exclusivamente nos componentes do TCP (Teoria do Comportamento Planejado), e os autores relataram que as atitudes dos passageiros e as normas subjetivas tiveram um impacto positivo nas intenções de compra, enquanto a intenção e o controle comportamental percebido influenciaram significativamente os comportamentos de compra. A Teoria do Comportamento Planejado é um dos quadros teóricos mais importantes para prever comportamentos humanos (Ajzen, 2002).

Embora esses estudos tenham identificado fatores importantes, como preço e serviço, para os passageiros escolherem LCCs em vez de outros meios de transporte, eles não forneceram uma análise aprofundada de como esses fatores influenciaram a motivação dos passageiros para usar LCCs. Em segundo lugar, existe uma lacuna significativa na compreensão da motivação dos passageiros LCC na China, um país com uma grande base populacional, rápido desenvolvimento econômico e um enorme potencial de mercado para viagens de baixo custo. O estudo de Chiou & Chen (2010) concentrou-se principalmente em fatores relacionados ao serviço, o que não fornece um quadro completo das razões subjacentes para os passageiros usarem LCCs. O efeito de outros fatores, como atitude e fatores comportamentais no uso de LCCs, ainda não foi examinado.

Além disso, não se sabe como fatores específicos do contexto, especialmente fatores culturais, podem influenciar as decisões dos passageiros ao usar LCCs na China. Finalmente, embora o estudo TCP (Teoria do Comportamento Planejado) de Buaphiban & Truong (2017) forneça informações sobre a influência da atitude e do comportamento na intenção dos passageiros do LCC, as descobertas foram derivadas do mercado maduro de LCC na Tailândia, que é muito diferente da China, onde o LCC mercado está em um estágio inicial de desenvolvimento. Claramente, um novo modelo de pesquisa deve ser desenvolvido com foco nas intenções comportamentais dos passageiros chineses e incluindo fatores relevantes para obter insights mais profundos sobre a intenção de usar LCCs na China.

De acordo com a teoria, três constructos latentes explicam a intenção, a saber, atitude em relação ao comportamento, norma subjetiva e controle comportamental percebido. A atitude é a



avaliação positiva ou negativa de uma pessoa sobre o comportamento e reflete as crenças sobre os resultados prováveis do comportamento (crenças comportamentais); norma subjetiva é a percepção da pressão social para se envolver ou não no comportamento, com base nas expectativas percebidas de referentes importantes (crenças normativas), como o parceiro da pessoa, pais, amigos ou colegas; e o controle comportamental percebido refere-se à capacidade percebida de realizar o comportamento, levando em consideração crenças sobre fatores potencialmente facilitadores ou interferentes, como falta de recursos financeiros, cooperação de terceiros e experiência empresarial (crenças de controle). Os três constructos explicativos da intenção (atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido) não são necessariamente independentes. Eles estão correlacionados devido a causas externas comuns e interações entre atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido são possíveis. A TCP (Teoria do Comportamento Planejado) assume que a intenção tem uma forte influência causal no comportamento (Fishbein & Ajzen, 1975). Diante disso surgem as hipóteses para essa pesquisa:

H1: O preço está positivamente relacionado com a intenção dos passageiros de usar as companhias aéreas brasileiras. O preço do bilhete de LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*), que são normalmente 40-60% mais baixos do que seus concorrentes de serviço completo (O'Connell & Williams, 2005; Lawton, 2002), é muitas vezes a principal razão para os passageiros escolherem LCCs em vez de FSCs (Full Service Carrier, ou seja, empresas que ainda embutem em suas estratégias de negócios muitos serviços) (Chang e Sun, 2012; Sai et al., 2012; Jung & Yoo, 2014; Ong & Tan, 2010). Ong & Tan (2010) investigaram fatores determinantes na escolha entre a Malaysia Airlines de serviço completo e a AirAsia de baixo custo e constataram que as tarifas são significativas na escolha da companhia aérea.

Em um estudo semelhante, Sai et al. (2012) indicaram que os passageiros de LCC's (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) na Malásia deram grande ênfase ao preço baixo, o que reconfirmou a percepção de que o preço é a razão mais importante para a escolha dos LCCs. O efeito dominante do preço; no entanto, tem sido questionada nos últimos anos devido às mudanças nas condições do mercado (Kim & Lee, 2011). Esses passageiros provavelmente são sensíveis ao preço e, como tal, são clientes em potencial para viagens de baixo custo (Fu et al., 2015). Portanto, é necessário examinar o efeito do preço nas intenções dos passageiros brasileiros.

A qualidade do serviço costuma ser menos importante para os passageiros da LCC em comparação com os passageiros da FSC. Nos mercados LCC tradicionais (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*), os passageiros consideram os elementos do serviço, como serviço de bordo e pontualidade, insignificantes em suas escolhas entre LCCs e FSCs (Mikuliy & Prebežac, 2011). Nos mercados emergentes de LCC; no entanto, parece haver espaço de mercado para as LCCs oferecerem tarifas baixas e alta qualidade de serviço (Kim & Lee, 2011; Yeung et al., 2012).



Embora essas LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) ainda enfatizem custos baixos e tarifas baixas, elas alcançaram redução de custos por meio da melhoria da eficiência em suas operações, em vez da redução de serviços (Saha & Theingi, 2009). Estudos têm mostrado que os passageiros de LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) não se preocupam apenas com preços baixos, mas também com serviços (Yang et al., 2012). A literatura também mostra que a qualidade do serviço pode influenciar tanto a satisfação do consumidor (Ariffin et al., 2010; Kim & Lee, 2011) quanto as intenções comportamentais em relação aos LCCs (Lerrthaitrakul & Panjakajornsak, 2014). O modelo proposto examina, assim, a qualidade de serviço das LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*), que é indicada por: H2: A qualidade do serviço está positivamente relacionada com as intenções dos passageiros de usar as companhias aéreas brasileiras.

A aversão ao risco nesse contexto, se refere ao grau em que os membros de uma sociedade se sentem desconfortáveis ou incertos em suas escolhas de consumo (Hofstede, 1984), para este estudo é relevante porque a decisão de escolher um modo de transporte muitas vezes contém incertezas e riscos relacionados às características do meio de transporte. A cultura brasileira é considerada mais conservadora na tomada de decisões (Cheng, 2010), o que explica os comportamentos de alta incerteza dos consumidores brasileiros (Quintal et al., 2010). No contexto do LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*), isso pode significar que, uma vez que os consumidores associam LCCs a incertezas, eles evitariam usar LCCs, devido à influência de sua cultura de aversão ao risco, como por exemplo a qualidade do serviço prestado. Assim, surge H3: A aversão ao risco está negativamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) no Brasil.

A eficácia tecnológica, refere-se ao controle percebido de conhecimento e habilidades (internamente) para realizar um comportamento com sucesso (Armitage & Conner, 1999), às vezes é tratada como sinônimo de controle comportamental percebido (Ajzen, 1991; Conner & Armitage, 1998), que está mais preocupado com o acesso a recursos necessários e oportunidades (externamente) para realizar um comportamento com sucesso (Armitage & Conner, 1999; Conner & Armitage, 1998). Em particular, este estudo utiliza a eficácia tecnológica, que é relevante no contexto da LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) pois, como as companhias aéreas vendem passagens diretamente aos consumidores por meio de seus sites para contornar os agentes de viagens e suas comissões (Escobar-Rodríguez & Carvajal-Trujillo, 2014), os passageiros das LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) precisam de conhecimentos e habilidades de TI suficientes para pesquisar informações sobre passagens e comprá-las online. Estudos anteriores indicam que a intenção de um passageiro de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) pode ser afetada pelas habilidades e experiência relacionadas à tecnologia da



pessoa (Chang e Hung, 2013).

O papel da eficácia tecnológica na motivação dos passageiros do LCC (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) tem recebido pouca atenção acadêmica. Assim, a H4 é proposta: A eficácia tecnológica está positivamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs no Brasil. A alta frequência é uma estratégia comercial eficaz para as LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) competirem com as FSCs. A frequência dos voos parece ter um impacto diferente nas escolhas dos passageiros que viajam a trabalho e dos passageiros “turistas” para LCCs. A frequência de voo é uma consideração importante para passageiros que viajam a trabalho escolherem LCCs (Mason, 2001), mas muitas vezes é insignificante para passageiros de turismo usarem LCCs. (Mikuliý & Prebežac, 2011). A restrição de capacidade e o congestionamento em aeroportos significa que os LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) não conseguem atingir os tempo de retorno desejados (frequência), que são essenciais para o sucesso da maioria dos LCCs. (Liang & James, 2009). A extensão em que a frequência de voo afeta as intenções dos passageiros em relação às LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) não foi examinada para o turista brasileiro.

Assim, a Hipótese 5 surge, a saber: A frequência está positivamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) no Brasil. Nos mercados LCC tradicionais, o acesso ao aeroporto costuma ser inconveniente porque os LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) normalmente operam a partir de aeroportos secundários distantes do centro da cidade para economizar custos e minimizar o tempo de retorno das aeronaves (Abdullah & Takahashi, 2016). Os passageiros desses mercados geralmente estão dispostos a aceitar a inconveniência em troca de tarifas aéreas mais baixas, menos atrasos e transporte terrestre mais fácil (Tierney & Kuby, 2008).

Jung & Yoo (2014) sugeriram que o tempo de acesso influenciou significativamente a escolha dos passageiros envolvendo LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*), especialmente para passageiros de negócios que perceberam maior valor do tempo de acesso e estavam dispostos a pagar mais para encurtar o tempo de acesso. No Brasil, as LCCs operando principalmente nos principais aeroportos o que significa que o acesso pode desempenhar um papel importante nas decisões dos passageiros ao usar as LCCs. Assim, a H6 é proposta: O acesso está positivamente relacionado com as intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou *Low Cost Carriers*) no Brasil.



3 METODOLOGIA

Para preencher as lacunas na literatura, este estudo propôs um modelo expandido da TCP (Teoria do Comportamento Planejado) com foco na prestação de serviço das empresas aéreas brasileiras e do turista brasileiro.

Três princípios orientam a seleção de fatores externos. Em primeiro lugar, estudos anteriores frequentemente indicam a importância de alguns fatores na escolha do passageiro por LCCs. O preço, por exemplo, é frequentemente considerado significativo para os passageiros escolherem entre LCCs e FSCs e, portanto, será incluído no modelo.

Além disso, como o setor aéreo é um setor de serviços, atributos relacionados a serviços, como frequência, acesso ao aeroporto e qualidade do serviço, podem influenciar as decisões de viagem dos passageiros; assim, eles serão adicionados ao modelo.

As decisões de consumo podem ser influenciadas por fatores culturais, onde a cultura influencia fortemente os comportamentos pessoais (Luo, 2019). Para este estudo, um fator cultural muito pesquisado e altamente relevante será incluído no modelo. No total, seis fatores externos, incluindo preço, qualidade do serviço, aversão ao risco (fator cultural), eficácia tecnológica, frequência e acesso foram adicionados ao modelo TCP (Teoria do Comportamento Planejado). (Pan & Truong, 2018).

O universo estudado nesta pesquisa será o setor de turismo, especificamente as empresas relacionadas ao turismo de forma direta, a saber: o transporte aéreo. Foram consideradas duas empresas de transporte aéreo listadas na BM&F BOVESPA que são: Azul Linhas Aéreas Brasileiras e Gol Linhas Aéreas Inteligentes S.A. O critério de escolha da amostra de empresas é não probabilístico e por conveniência, pois a seleção das empresas aqui estudadas foram escolhidas pela própria autora, por serem de capital aberto e divulgarem seus dados. (Malhotra, 2001).

Assim, no primeiro momento esta pesquisa foi de caráter qualitativo, que teve como instrumento de análise de dados os demonstrativos contábeis e notas explicativas divulgadas aos acionistas disponibilizados pelas empresas no site da BM&FBovespa, ou seja, análise de conteúdo. (BM&FBovespa, 2024).

Com base nos relatórios divulgados no período de 2017 a 2024, as categorias de: caixa, investimentos e lucro líquido foram observados para análise das empresas. Foram descartados os anos de 2020, 2021 e 2022 por terem sido anos de pandemia COVID19 e que se analisados poderiam comprometer a análise realizada, já que o setor aéreo foi um dos mais atingidos por essa calamidade pública. O período escolhido deve-se ao fato de a empresa Azul Linhas Aéreas S.A ter feito seu IPO - 2017 *Initial Public Offering* ou Oferta Pública Inicial que é o processo de lançamento das ações de uma empresa na bolsa de valores, para nivelamento da análise o mesmo período foi considerado para a empresa Gol Linhas áreas Inteligentes S.A. O software usado para análise foi o Atlas – TI que



mostrou os códigos com cores diferentes, de acordo com a frequência que foram marcados nos textos.(Denzin, N. & Lincoln,2020).

Assim, as categorias relacionadas ao questionário dessa pesquisa foram:

Quadro 1: Categorias qualitativas

Categoria	Frequência	Percentual
Ao escolher uma companhia aérea você opta por:		
Latam	79	38,92%
Gol	77	37,93%
Azul	44	21,67%
Avianca	3	1,48%
Passaredo	0	0,00%
Ao realizar viagens com o transporte aéreo você as faz:		
sozinho(a) na maioria das vezes	36	17,73%
acompanhado (a)na maioria das vezes	143	70,44%
sempre sozinho (a)	2	0,99%
sempre acompanhado (a)	22	10,84%
Com que frequência realiza viagens usando o transporte aéreo:		
até 01 vez ao ano	123	60,59%
de 02 a 04 vezes ao ano	67	33,00%
mais de 04 vezes ao ano	13	6,40%
Quando realiza viagens o principal motivo delas é:		
Lazer	193	95,07%
Negócios	8	3,94%
Outros	2	0,99%

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Assim, observa-se que a empresa mais lembrada foi a Latam Airlines S.A com 79 respondentes dos 203 analisados, o que corresponde a 38,92%; 143 pessoas realizam suas viagens acompanhados na maioria das vezes o que representa 70,44%; 123 respondentes viajam até 01 vez ao ano e o motivo de 95,07% dos respondentes é viagem de lazer.

Tais respostas emergiram da análise feita que tem por objetivo analisar os hábitos de consumo e atingir os objetivos da pesquisa, a saber, identificar os fatores/variáveis que expliquem os turistas a escolherem uma empresa de transporte aéreo, expandindo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP). (Ajzen, 1991)



Já no segundo momento desta pesquisa o presente estudo empregou uma abordagem de pesquisa quantitativa a partir de um paradigma de pesquisa exploratória para implementar e atingir os objetivos da pesquisa, a saber, identificar os fatores/variáveis que expliquem os turistas a escolherem uma empresa de transporte aéreo, expandindo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP). (Ajzen, 1991)

Para isso foi elaborado um questionário estruturado e os dados coletados por meio das perguntas fechadas sendo oito questões de cunho sociodemográficas e seis questões ligadas as hipóteses desse trabalho a saber, os fatores que poderiam influenciar a intenção de usar as companhias aéreas brasileiras. O questionário, se deu por meio de uma abordagem de pesquisa auto administrada e on-line, usando o *software QuestionPro* para coletar dados durante os meses de setembro de 2024 a dezembro de 2024. O questionário cuidadosamente elaborado teve em média três minutos para ser preenchido. Foi enviado por meio de link e/ou QrCode usando rede de contato no: *Telegram, Facebook, Instagram e Whatsapp*. (Javed, Tuýcková & Jibril, 2020).

As características sociodemográficas incluídas foram: gênero, idade, grupo étnico, nível educacional, estado civil, status de emprego, renda familiar e número de dependentes residentes no mesmo domicílio. O questionário foi visualizado por 291 pessoas, tendo 203 respostas concluídas/válidas e 12 incompletas. (Javed, Tuýcková & Jibril, 2020).

Os respondentes da pesquisa tiveram como perfil a geração X a Z que compreendem pessoas nascidas do período de 1960 a 2009 (Zaninelli & Caldeira; 2022), pois trata-se de um perfil de respondentes economicamente ativos e, portanto, passíveis de realizar viagens conforme o índice População Economicamente Ativa- PEA. (IBGE,2024).

Foi possível verificar o perfil dominante dos respondentes pertence ao gênero masculino, 58,13%, tendo entre 35 e 44 anos, pertencendo ao grupo étnico brancos, com ensino superior, casados, tendo jornada de trabalho de tempo integral com renda mensal entre 3 e 10 salários mínimos sem dependentes.

As respostas e opiniões dos entrevistados foram medidas por meio de uma escala *Likert* de cinco pontos.

As questões ligadas as hipóteses levantadas nesse trabalho emergiram da literatura bem como de estudos anteriores. Portanto, a Tabela 1 indica o mesmo procedimento, um resumo das hipóteses junto com a operacionalização e sua respectiva literatura.



Tabela 1 - Operacionalização das hipóteses

Hipóteses	Indicador	Literatura adaptada
H1 O preço está positivamente relacionado com a intenção dos passageiros de usar as companhias aéreas brasileiras.	Ao escolher essa companhia aérea você considera que o preço praticado foi um fator relevante para sua decisão de compra.	Chang e Sun, 2012; Sai et al., 2012; Jung e Yoo, 2014; Ong e Tan, 2010.
H2 A qualidade do serviço está positivamente relacionada com as intenções dos passageiros de usar as companhias aéreas brasileiras.	Quando optou por essa companhia aérea para sua viagem a qualidade do serviço prestado foi considerado por você.	Ariffin et al., 2010; Kim e Lee, 2011; Lerrthaitrakul e Panjakajornsak, 2014.
H3 A aversão ao risco está negativamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou <i>Low Cost Carriers</i>) no Brasil.	Ao optar por essa companhia aérea questões ligadas ao risco da viagem como: avaria e/ou perda de bagagens, atraso de decolagem e/ou pouso, quantidade de escalas e tempo de espera de embarque, acidentes aéreos, ausência de serviço de bordo, foram determinantes para sua escolha.	Hofstede, 1984; Cheng, 2010; Quintal et al., 2010.
H4 A eficácia tecnológica está positivamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs no Brasil.	A tecnologia que essa empresa escolhida por você emprega nas viagens como por exemplo: sites para compra das passagens, check-in antecipado por meio de aplicativos ou totem nos aeroportos, comunicação via SMS e/ou WhatsApp sobre mudanças de horários, portões e horário de embarque foram considerados por você.	Armitage e Conner, 1999; Conner e Armitage, 1998; Escobar- Rodríguez e Carvajal-Trujillo, 2014.
H5 A frequência está positivamente relacionada às intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou <i>Low Cost Carriers</i>) no Brasil.	O número de voos disponíveis e respectivas frequências como: horários disponíveis, aeroportos disponíveis, número de escalas foi considerado por você ao escolher a companhia aérea.	Mason, 2001; Liang e James, 2009; Mikulić e Prebežac, 2011.
H6 O acesso está positivamente relacionado com as intenções dos passageiros de usar LCCs (mercado de empresas aéreas de baixo custo, ou <i>Low Cost Carriers</i>) no Brasil.	Ao considerar a escolha da companhia aérea a questão de deslocamento para o aeroporto foi para você.	Tierney e Kuby, 2008; Jung e Yoo, 2014; Abdullah e Takahashi, 2016.

Fonte: elaborado pela autora com base nas respostas da pesquisa, 2025.

Sendo assim, das hipóteses emergiram as variáveis conforme apresentadas na tabela abaixo:



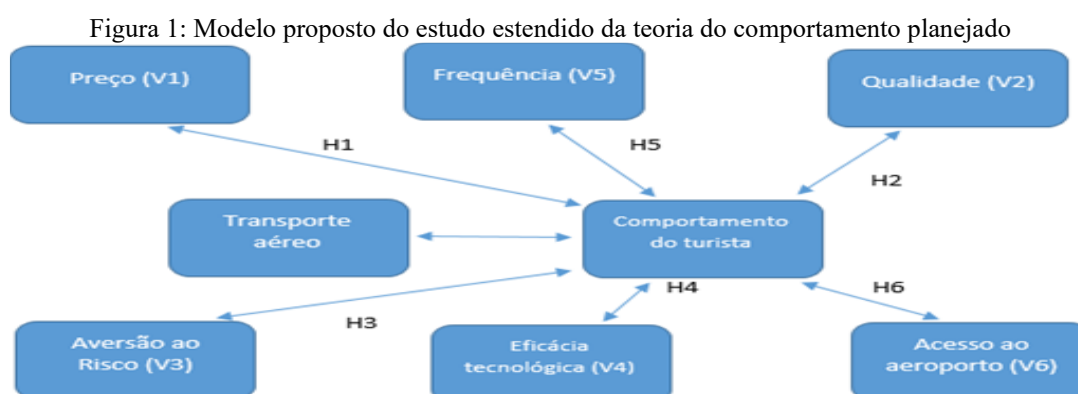
Tabela 2 - Hipóteses versus Variáveis

H1	V1 Preço
H2	V2 Qualidade
H3	V3 Risco
H4	V4 Tecnologia
H5	V5 Frequencia
H6	V6 Deslocamento

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo utilizou a análise de regressão logística binomial para análise estatística e avaliação de resposta com base no modelo conceitual proposto.



Fonte: elaborado pela autora, 2025.

A análise de regressão logística binomial constitui-se de uma técnica estatística usada para modelar a relação entre uma variável dependente categórica (geralmente binária) e uma ou mais variáveis independentes, que podem ser contínuas ou categóricas. Ela estima a probabilidade de ocorrência de um evento, com base nas variáveis independentes. (Hair; Hult; Ringle & Sarstedt, 2016).

Assim, neste estudo, o foi empregada para testar o modelo de pesquisa proposto e hipóteses postuladas vide tabela 2, a saber: entre as companhias aéreas Gol Linhas Aéreas Inteligentes S/A e Azul Linhas Aéreas S/A qual o turista brasileiro escolheria levando em conta as variáveis: preço, qualidade, risco, tecnologia, frequência e acesso (Hair; Sarstedt. & Gudergan, 2017). O número de respondentes analisado foi de 203 participantes. Foi usado o *software* R 4.4.3 para essa análise.

No presente estudo, algumas medidas qualitativas foram tomadas. A autora declarou na seção de cabeçalho do questionário que nenhuma resposta estava certa ou errada para as perguntas feitas. Além disso, a autora também garantiu aos respondentes seu *status* anônimo em relação às informações fornecidas e proclamou que o preenchimento do questionário poderia ser interrompido a qualquer momento devido a algum inconveniente. (Javed, Tuýcková & Jibril, 2020).

Para melhor compreensão da análise da regressão logística binomial a tabela abaixo traz a legenda das variáveis:



Tabela 3 - Variáveis

V1 Preço
V2 Qualidade
V3 Risco
V4 Tecnologia
V5 Frequencia
V6 Deslocamento

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

4.1 ANÁLISES ESTATÍSTICAS

Sendo assim, a análise de regressão logística binomial encontra-se abaixo representada:

Figura 2: Análise dos dados *software* R

```
Call:
glm(formula = v12 ~ v9 + v10 + v11 + v13 + v14 + v15 + v16 +
    v17 + v18, family = binomial, data = teste)

Deviance Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-1.7832  -1.2098   0.7279   0.9596   1.7370

Coefficients:
              Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)
(Intercept) -0.87496    1.13496  -0.771  0.4408
v1           0.27751    0.19275   1.440  0.1500
v2          -0.39421    0.22784  -1.730  0.0836 .
v3           2.59444    1.08878   2.383  0.0172 *
v3.1        -0.09541    0.19477  -0.490  0.6242
v4          -0.22766    0.18392  -1.238  0.2158
v5          -0.23612    0.27374  -0.863  0.3884
v5.1         0.12350    0.20802   0.594  0.5527
v5.2        -0.39471    0.21111  -1.870  0.0615 .
v6           0.07349    0.17633   0.417  0.6768

---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

    Null deviance: 271.36  on 202  degrees of freedom
Residual deviance: 250.34  on 193  degrees of freedom
AIC: 270.34

Number of Fisher Scoring iterations: 5
```

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

É possível notar que os valores de Null deviance e residual deviance estão próximos entre si, o que caracteriza como modelo aceito, visto que quanto mais próximos esses números melhor o modelo apresentado. Ainda o valor de AIC ou seja, 270,34 denota que o modelo é aceitável pois, quando se comparam os modelos tem um valor pequeno o que garante a maior qualidade do mesmo e simplicidade.

Conforme se pode observar na figura 2 no estudo entre as empresas Gol Linhas Aéreas Inteligentes S/A e Azul Linhas Aéreas S/A a escolha da amostra estudada seria pela empresa Azul Linhas Aéreas S/A, visto que a mesma na análise binomial é representada por 1 e Gol Linhas Aéreas Inteligentes S/A representada por 0. O cálculo abaixo denota essa preferência:



$$\Pi = \frac{e^{-0.87+2.59-0.24+0.12+0.27-0.39-0.095-0.23-0.40+0.073}}{1 + e^{-0.87+2.59-0.24+0.12+0.27-0.39-0.095-0.23-0.40+0.073}} = 0.700$$

(1)

Ou seja, o valor 0,70 está mais próximo de 1 portanto, Azul Linhas Aéreas S/A.

Ainda conforme demonstra o modelo as variáveis independentes que mais explicam a escolha do turista brasileiro em escolher a Azul Linhas Aéreas S/A são: V3 Risco, com 0,0172, V2 Qualidade, com 0,0836 e V5 Frequência com 0,3884.

Ou seja as hipóteses levantadas nesse trabalho H2 Quando optou por essa companhia aérea para sua viagem a qualidade do serviço prestado foi considerado por você foi aceita, bem como H3: Ao optar por essa companhia aérea questões ligadas ao risco da viagem como: avaria e/ou perda de bagagens, atraso de decolagem e/ou pouso, quantidade de escalas e tempo de espera de embarque, acidentes aéreos, ausência de serviço de bordo, foram determinantes para sua escolha e por fim, H5: O número de voos disponíveis e respectivas frequências como: horários disponíveis, aeroportos disponíveis, número de escalas foi considerado por você ao escolher a companhia aérea.

É relevante destacar ainda, que conforme as variáveis sociodemográficas analisadas essa preferência está em consumidores com o perfil dominante dos respondentes pertencentes ao gênero masculino, 58,13%, tendo entre 35 e 44 anos, pertencendo ao grupo étnico brancos, com ensino superior, casados, tendo jornada de trabalho de tempo integral com renda mensal entre 3 e 10 salários mínimos sem dependentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

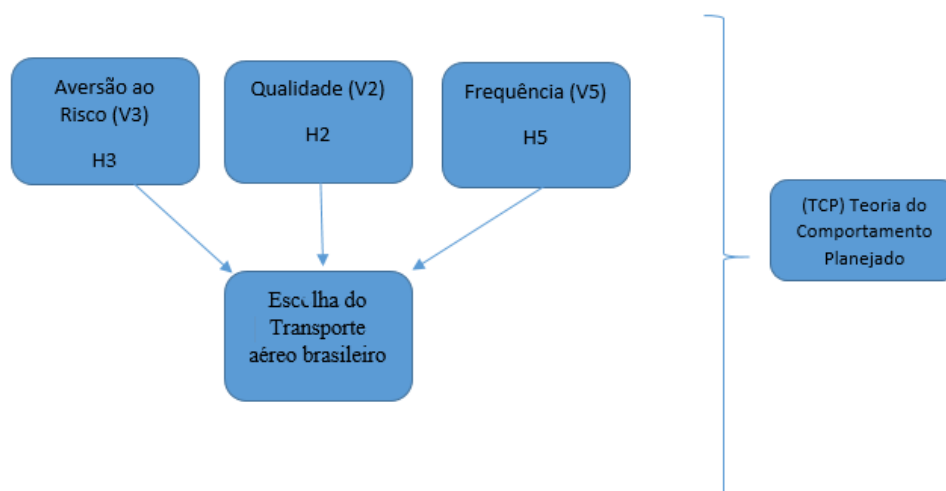
Esse estudo teve como objetivo expandir a teoria do comportamento planejado com foco nas companhias aéreas brasileiras de baixo custo. Tendo em seu objetivo específico identificar os fatores/variáveis que expliquem os turistas a escolherem uma empresa de transporte aéreo, expandindo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP). Para isso respondeu ao problema de pesquisa: A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) explica a escolha de transporte aéreo do turista brasileiro?

Os achados dessa pesquisa mostraram que a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) quando aplicada a compreensão as companhias aéreas brasileiras de baixo custo tem como variáveis de explicação: risco, qualidade e frequência.

Conforme demonstra a figura abaixo:



Figura 3: Modelo do estudo



Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Sendo assim, esse estudo teve suas hipóteses:

H2 Quando optou por essa companhia aérea para sua viagem a qualidade do serviço prestado foi considerado por você foi aceita, bem como H3: Ao optar por essa companhia aérea questões ligadas ao risco da viagem como: avaria e/ou perda de bagagens, atraso de decolagem e/ou pouso, quantidade de escalas e tempo de espera de embarque, acidentes aéreos, ausência de serviço de bordo, foram determinantes para sua escolha e por fim, H5: O número de voos disponíveis e respectivas frequências como: horários disponíveis, aeroportos disponíveis, número de escalas foi considerado por você ao escolher a companhia aérea aceitas nesse estudo.

Como limitações dessa pesquisa, entende-se em especial a variável sociodemográficas de geração, a saber: geração X a Z que compreendem pessoas nascidas do período de 1960 a 2009, talvez usar um recorte de geração diferente, resulte em respostas, variáveis e conclusões também diferenciadas em relação as variáveis que justifiquem a escolha de companhias aéreas brasileiras pelos turistas.

Também analisar os critérios que levaram os respondentes a escolherem a empresa Latam Airlines Group S.A já que não se trata de uma empresa brasileira, mas dentre os respondentes dessa pesquisa 38,92% apontaram essa empresa como escolha de viagem.



REFERÊNCIAS

- ANAC. Agência Nacional de Aviação Civil. Disponível em: <https://www.gov.br/anac/pt-br>. Acesso: 10 maio 2024.
- ABEAR. Área de publicações. In: página de Internet da Associação Brasileira der Empresas Aéreas. Disponível em < <https://abear.com.br/imprensa/>. Acesso em: 27 jun. de 2023.
- Abdullah, D. & Takahashi, H., (2016) Cost effective management of low-cost carrier in Pakistan by enterprise resource planning (ERP). *New Horizons*, p. 1–20.
- Ajzen, I., (1991) The theory of planned behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.* p. 179–211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *J. Appl. Soc. Psychol.* p. 665–683.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Armitage, CJ, & Conner, M. (2001) Eficácia da teoria do comportamento planejado: uma revisão meta- analítica. *British Journal of Social Psychology*, v.40, p.471–499.
- Ariffin, A.A.M., Salleh, A.H.M., Aziz, N.A. & Asbudin, A.A., (2010) Service quality and satisfaction for low-cost carriers. *Int. Rev. Bus. Res. Papers* v.6, p. 47–56.
- Beck, L. & Ajzen, (1991) I.: Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *J. Res. Pers.* v.25, p.285–301.
- Bote Gómez, V. & Sinclair, M. T. (1991) Integration in the tourism industry. In M. T. Sinclair and M. J. Stabler (eds.) *The Tourism Industry: An International Analysis*. Wallingford: CAB International.
- Buaphiban, T. & Truong, D., (2017) Evaluation of passengers' buying behaviors toward lowcost carriers in Southeast Asia. *J. Air Transport. Manag.* v.59, p.124–133.
- BM&FBovespa. Azul Linhas Aéreas S/A. Disponível em: <https://www.rad.cvm.gov.br/ENET/frmGerenciaPaginaFRE.aspx?NumeroSequencialDocumento=144149&CodigoTipoInstituicao=1>. Acesso em: 21 jan. 2024.
- BM&FBovespa. Gol Linhas Aéreas Inteligentes S/A. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm?codigo=19569. Acesso em: 21 jan. 2024.
- Campos, Ana Isabel Rodrigues da Cunha. (2007) O comportamento do consumidor no turismo: jovens estrangeiros e o Rio de Janeiro. Dissertação de mestrado Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação.
- Castanier, C., et al. (2013) Theory of planned behaviour and road violations: the moderating influence of perceived behavioural control. *Transp. Res. Part F*. v.18, p.148–158.
- Cisne, Rebecca & Gastal, Suzana. (2010) Turismo e sua história: rediscutindo periodizações. *Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*.



- Colantuono, Aline Correia de Souza.(2015) O processo histórico da atividade turística mundial e nacional. *Cadernos da Fucamp*, v.14, n.21, p.30-41.
- Chang, L.Y. & Sun, P.Y., (2012) Stated-choice analysis of willingness to pay for low-cost carrier services. *J. Air Transport Manag.* v.20, p.15–17.
- Chang, L.Y. & Hung, S.C. (2013) Adoption and loyalty toward low-cost carriers: the case of Taipei-Singapore passengers. *Transport. Res. Part E: Logist. Transport. Rev.* 50, p.29–36
- Cheng, C., (2010) Are the Chinese really more risk averse? A cross-cultural comparison of the risk-return relationship. *J. Global Bus. Manag.* v.6, p.1–6.
- Chiou, Y.C., &Chen, Y.H. (2010) Factors influencing the intentions of passengers regarding full service and low-cost carriers: a note. *J. Air Transport. Manag.* v.16, p.226–228.
- Conner, M. & Armitage, C.J., (1998) Extending the theory of planned behavior: a review and avenues for further research. *J. Appl. Soc. Psychol.* 28 v.15, p.1429–1464.
- Denzin, N. & Lincoln, Y. (2020). *Handbook of Qualitative Research*.
- Escobar- Rodríguez, T. &Carvajal-Trujillo, E., (2014). Online purchasing tickets for low-cost carriers: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Manag.* v.43, p.70–88.
- French, T. (1998) Regional airlines in Europe. *Travel and Tourism Analyst* v.5, p.1–18.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Master's degree: Addison-Wesley, Reading.
- Fu, X., Lei, Z., Wang, K. &Yan, J., (2015). Low-cost carrier competition and route entry in emerging but regulated aviation market – the case of China. *Transport. Res. Part A*, p. 3–16.
- Genial Investimento. Empresas de turismo na Bolsa de Valores. Disponível em: <https://blog.genialinvestimentos.com.br/empresas-de-turismo-na-bolsa-de-valores/>. Acesso em: 20 maio 2023.
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hair Jr., J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- Hsiao, C.H., Yang, C. (2010). Predicting the travel intention to take high-speed rail among college students. *Transport. Res. Part F* 13, p.277–287.
- Hofstede, G. (1984) Cultural dimensions in management and planning. *Asia Pac. J. Manag.* 1 v2, p.81–99.
- Hiney, N et all. (2025). European Regional Airports: Emerging from the Storm or Facing a Gathering Storm? *Transport Transitions: Advancing Sustainable and Inclusive Mobility*, p.668-675.



IBGE. População Economicamente Ativa – PEA. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Fasciculos_Indicadores_IBGE/2024/pnadc_202401_trimestre_caderno.pdf. Acesso: 10 jun. 2024.

Javed, M; Tuýcková, Z; & Jibril, A. (2020) The Role of Social Media on Tourists' Behavior: An Empirical Analysis of Millennials from the Czech Republic. Sustainability.

Jing, P., et al. (2014). Application of the expanded theory of planned behavior in intercity travel behavior. Discrete Dynam Nat. Soc. p. 1–10.

Jung, S.Y. & Yoo, K.E. (2014) Passenger airline choice behavior for domestic short-haul travel in South Korea. J. Air Transport. Manag. p.43–47.

Kim, Y.K. & Lee, H.R. (2011). Customer satisfaction using low-cost carriers. Tourism Manag. v.2, p.235–243.

Lawton, T.C. (2002) Cleared for Take-off: Structure and Strategy in the Low Fare Airline Business. Ashgate Publishing, Aldershot, England.

Lerrthaitrakul, W. & Panjakajornsak, V., (2014) The airline service quality affecting post purchase behavioral intention: empirical evidence from the low-cost airline industry. Int. J. Trade, Econ. Finance 5, v.2, p.155–158.

Liang, L.T. & James, A.D., (2009) The low-cost carrier model in China: the adoption of a strategic innovation. Technol. Anal. Strat. Manag. 21 v.1, p. 129–148.

Luo, Y. (2019). Analysis of culture and buyer behavior. Chinese market. Asian Cult. Hist. p. 25–30.

Malhotra, Naresh K. (2001). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4ª ed. São Paulo: Bookman, 720 p.

Mason, K.J., (2001). Marketing low-cost airline services to business travellers. J. Air Transport. Manag. 7 v.2, p.103–109.

Milman, A. (1997) The U.S. airline industry. Travel and Tourism Analyst v.3, p. 4–21.

Mikulić, J. & Prebežac, D., 2011. What drives passenger loyalty to traditional and low-cost airlines? A formative partial least squares approach. J. Air Transport. Manag. 17 v.4, p. 237–240.

Ong, W.L. & Tan, A.K.G., 2010. A note on the determinants of airline choice: the case of Air Asia and Malaysia airlines. J. Air Transport. Manag. v 4, p.209–212.

O'Connell, J.F. & Williams, G., (2005) Passengers' perceptions of low-cost airlines and full-service carriers: a case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia, and Malaysia Airlines. J. Air Transport. Manag. v.4, p.259–272.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT) (2001). Introdução ao Turismo. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca.

Piga, C. & Filippi, N. (2002) Booking and flying with low-cost airlines. International National Journal of Tourism Research v.4, p.237–49.



- Pan, Jing Yu & Truong, Dothang. (2018). Passengers' intentions to use low-cost carriers: An extended theory of planned behavior model. *Journal of Air Transport Management*. 10 fev. p. 38-48.
- Quintal, V.A. & Lee, J.A., Soutar, G.N., (2010) Tourists' information search: the differential impact of risk and uncertainty avoidance. *Int. J. Tourism Res.* 12 v 4, p. 321–333.
- Rodrigues, A. B.(Org.) (2000). *Turismo e Desenvolvimento Local*. 2.ed. São Paulo: Hucitec.
- Sai, B.T., et al, (2012) Factors determining choice of full-service airlines and low-cost carriers: the case of Malaysia. *Asia-Pacific J. Innovat. Hospit. Tourism* 1 v 2, p. 179–194.
- Saha, G.C. & Theingi, (2009) Service quality, satisfaction, and behavioral intentions: a study of low-cost airline carriers in Thailand. *Manag. Serv. Qual.* 19 v 3, p.350–372.
- Tierney, S & Kuby, M., (2008). Airline and airport choice by passengers in multi-airport regions: the effect of Southwest Airlines. *Prof. Geogr.* 60 v 1, p.15–32.
- Thongkruer, P.& Wanarat, S. (2023). The Relationship between Air Travel Service Quality and Factors of Theory of Planned Behavior: Evidence from Low-Cost Airlines in Thailand. *Journal Sustainability*. v. 15, 8839.
- Zaninelli, T; Caldeira, G.; Fonseca & D. Veteranos (2022) Baby Boomers, Nativos Digitais, Gerações X, Y e Z, Geração Polegar e Geração Alfa: perfil geracional dos atuais e potenciais usuários das bibliotecas universitárias. *Brazilian Journal of Information Studies: Research trends*, v.16.
- Wang, S., Fan, J., Zhao, D., Yang, S & Fu, Y. (2016). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electricvehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model. *Transportation*. v. 43, p.1–21.
- Yang, K.C., Hsieh, T.C., Li & H., Yang, C., (2012). Assessing how service quality, airline image and customer value affect the intentions of passengers regarding low-cost carriers. *J. Air Transport. Manag.* v 20, p.52–53.
- Yeung, S & Tsang, N., Lee, Z. (2012). An importance–performance analysis of low-cost carriers in Asia. *Int. J. Hospit. Tourism Adm.* 13 v 3, p. 173-174.

