



PARÂMETRO DE RESPOSTA: PROVA DE CASO INTERDISCIPLINAR

O Caso Interdisciplinar é uma das provas do **Teste ANPAD – Orientação Profissional**, ofertada a partir da primeira edição de 2020. Envolve a descrição de uma situação relacionada à uma organização (pública, privada e do terceiro setor) ou a um profissional, de natureza interdisciplinar, que apresenta uma decisão, um problema ou uma oportunidade vivenciada em um determinado contexto que demande a solução de um dilema.

Como uma ação de disseminação dos casos interdisciplinares no formato desenvolvido pela Diretoria de Ensino de Pós-Graduação da ANPAD, estamos divulgando o **parâmetro de resposta** do Caso Interdisciplinar que integrou a prova da primeira edição do Teste ANPAD de 2020. Consideramos que, além de auxiliar os interessados em realizar a prova de orientação profissional nas próximas edições do Teste ANPAD, também poderá ser utilizado por professores de Cursos de Graduação em Administração em suas atividades acadêmicas, o que configura uma contribuição da ANPAD para a educação em Administração.

DIRETORIA ANPAD (2018-2020)

Diretor-Presidente: Antônio Carlos Gastaud Maçada
Diretor de Ensino de Pós-Graduação: Anielson Barbosa da Silva
Diretor Científico: Valmir Emil Hoffmann
Diretor Administrativo-Financeiro: Fabio Vizeu Ferreira
Diretora de Comunicação e Publicações: Maria José Tonelli

Parâmetro de Resposta

Caso Interdisciplinar: As companhias aéreas de baixo custo, a bagagem de mão e as novas condições gerais de transporte aéreo

1. O respondente pode escolher qualquer uma das duas opções (manter as ações atuais ou ofertar um novo serviço - nova política de despacho de bagagem); no entanto, a comunicação deve ser o foco de sua resposta. É apropriado que sejam apresentados e defendidos argumentos para cada uma das opções (manter as ações atuais ou ofertar um novo serviço - nova política de despacho de bagagem). Como parâmetro de resposta, apresentam-se quatro possíveis medidas (argumentos) para cada opção escolhida.
 - 1.1 Algumas medidas para a decisão por não mudar (dois argumentos apresentados -- i.e., uma resposta com início-meio-fim, que atente para que se tenha como foco a comunicação da empresa com o cliente e a importância da satisfação do cliente -- perfazem o total de 100% da nota):
 - 1.1.1. Treinar funcionários para tratar os consumidores no ato do embarque (na descrição do Caso há a afirmação de que existe um despreparo da equipe de apoio ao embarque em lidar com a situação, principalmente em alta temporada);
 - 1.1.2. Explicitar o exemplo de pilotos e equipe de bordo em despachar também suas bagagens de mão (na descrição do Caso, há a seguinte informação: “Exercer esse direito é um dos dilemas éticos na relação empresa-cliente, pois, ao mesmo tempo que as companhias aéreas pedem ao cliente que colabore, sua tripulação de bordo embarca com suas bagagens, o que configura um exemplo inadequado à situação. A equipe de apoio ao embarque, ao solicitar essa colaboração, não informa que é um direito do passageiro despachar sua bagagem de mão sem custo algum (é um direito e não um ganho por conta da situação), não informa quantos precisam despachar (há casos de o passageiro despachar e, no avião, constatar lugares vagos) e está despreparada para lidar com a situação (principalmente em alta temporada)” (exemplo inadequado a situação);
 - 1.1.3. Criar um ambiente acolhedor de embarque e possível negociação (na descrição do Caso há a seguinte informação: “No entanto, houve um aumento incremental de consumidores com malas de bordo, o que causou sério problema de desgaste no relacionamento entre os consumidores e as companhias aéreas, inclusive com a empresa Pena Vermelha S.A.”. Além disso, na descrição do Caso ainda há a afirmação de que existe um “despreparo da equipe de apoio ao embarque em lidar com a situação (principalmente em alta temporada)”;
 - 1.1.4. Frisar que o mais importante para a Pena Vermelha é a satisfação do cliente (o enunciado da pergunta pede: “Escolha uma das duas opções e explique como a Pena Vermelha deve se comunicar com seu cliente para que este fique satisfeito com os serviços oferecidos pela empresa.”).
 - 1.2. Algumas Medidas para a Decisão por uma nova política de despacho de bagagem (dois argumentos apresentados - i.e., uma resposta com início-meio-fim, que atente para que se tenha como foco a comunicação da empresa com o cliente e a importância da satisfação do cliente - perfazem o total de 100% da nota):
 - 1.2.1. A Pena Vermelha já é conhecida no mercado com a característica de ser uma companhia aérea de baixo custo. Está evidenciada em sua essência organizacional, ou seja, ser uma companhia aérea de baixo custo, e não seria ético alterar seus serviços e não informar aos consumidores (na descrição do Caso, afirma-se que “A companhia aérea Pena Vermelha S.A. atua há mais de quinze anos nas regiões Nordeste e Sudeste do Brasil. Sua estratégia de diferenciação é a de baixo custo (*low cost*)”. Na descrição do Caso ainda há outra informação que pode dar base a esse argumento: “a decisão de incentivar antecipadamente o despacho das bagagens com peso superior a 10 kg, tanto oferecendo uma franquia até determinado peso da bagagem ou mesmo ofertando alguma

facilidade (p. ex., *cashback*), poderia ser uma estratégia de baixo custo interessante para a manutenção do serviço ofertado ao consumidor. Porém, a empresa Pena Vermelha sabe que as informações transmitidas ao consumidor devem ser claras e transparentes, tanto em seu sítio eletrônico de vendas e *call center* quanto em suas atitudes na verificação, no embarque, durante o voo e no desembarque”;

- 1.2.2. Que evidência pode ser encontrada no caso que fundamente a estratégia. Mencionar a opção de desenvolver uma nova política de despacho de bagagens; Essa foi uma das duas opções informadas no Caso: “[...] a empresa Pena Vermelha encontra-se em um dilema: (i) optar pela negociação com os clientes durante o embarque das bagagens (situação atual); ou (ii) desenvolver uma política de despacho de bagagens (o que implica novo serviço)”.
- 1.2.3. Divulgar a forma de comunicação com o consumidor no sítio eletrônico, na fiscalização (conferência das dimensões da bagagem) e no embarque, no desembarque e no *call center*. Na descrição do Caso, destaca-se que “a empresa Pena Vermelha sabe que as informações transmitidas ao consumidor devem ser claras e transparentes, tanto em seu sítio eletrônico de vendas e *call center* quanto em suas atitudes na verificação, no embarque, durante o voo e no desembarque”.
- 1.2.4. Frisar que o mais importante para a Pena Vermelha é a satisfação do cliente. O enunciado da pergunta pede: “Escolha uma das duas opções e explique como a Pena Vermelha deve se comunicar com seu cliente para que este fique satisfeito com os serviços oferecidos pela empresa”.

Como citar este documento:

ABNT: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. Parâmetro de resposta do caso interdisciplinar: as companhias aéreas de baixo custo, a bagagem de mão e as novas condições gerais de transporte aéreo. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. **Teste ANPAD orientação profissional:** 1ª edição de 2020. Maringá: ANPAD, 2020. *Online*.

APA: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. (2020). Parâmetro de resposta do caso interdisciplinar: As companhias aéreas de baixo custo, a bagagem de mão e as novas condições gerais de transporte aéreo. In Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Ed.), *Teste ANPAD orientação profissional: 1ª edição de 2020*. Maringá: ANPAD. *Online*.