

## **HOSPITALIDADE E QUALIDADE EM SERVIÇOS NOS RESTAURANTES FREQUENTADOS EM HORÁRIO COMERCIAL DA CIDADE DE SÃO PAULO**

Claudio J Stefanini

Doutor em Administração, professor do Programa de Pós Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

O objetivo deste estudo é analisar o efeito da qualidade em serviços e hospitalidade na percepção de satisfação entre os clientes de restaurantes frequentados para almoçar em horário comercial da cidade de São Paulo e a respectiva lealdade destes clientes. O setor de bares e restaurantes da cidade de São Paulo é a região do país com a maior concentração de estabelecimentos, aproximadamente 60.000 unidades e mais de 50 tipos de cozinha, emprega cerca de 780.000 pessoas e o faturamento em 2015 foi superior a R\$ 30bi. A amostra foi do tipo não probabilística e por conveniência composta por 269 questionários válidos, o questionário possuía 37 questões em escala Likert de 7 pontos, foram adaptadas ao objeto do estudo três escalas já testadas e validadas originalmente, adotou-se a técnica de análise multivariada de dados Modelagem de Equações Estruturais. Os respondentes eram predominantemente de mulheres 61%, a escolaridade superior completa 51% ou pós graduação 43%, a faixa etária de 31 a 50 anos 55% e o gasto médio diário para almoçar está na faixa de R\$ 30,00 a R\$ 50,00, portanto pode-se afirmar que nesta pesquisa o principal grupo respondente foi feminino, com escolaridade elevada, adulto e com gasto diário de até R\$ 50,00. Pôde-se afirmar que há validade e confiabilidade para o modelo proposto por meio do Alpha de Cronbach's, variância média extraída e a confiabilidade composta. Foram apresentadas e testadas três hipóteses e as hipóteses apresentadas foram suportadas a partir da pesquisa realizada e em relação aos aspectos gerenciais sugere-se especial atenção dos gestores para prover recursos voltados ao treinamento de funcionários, manutenção dos padrões de segurança, higiene além da qualidade dos produtos entregues aos clientes. Este trabalho adiciona aos estudos sobre hospitalidade a incorporação de técnicas multivariadas e a adaptação de escalas validadas em outras áreas e em outro idioma para a pesquisa acadêmica nacional.

Palavras-chave: Hospitalidade; Qualidade em Serviços; Lealdade; Restaurante; e Comportamento do Consumidor

Referências: Abrasel São Paulo. (2017). Acesso May 26, 2017, disponível em: <http://www.sp.abrasel.com.br/> Blain, M., & Lashley, C. (2014). Hospitableness: the new service metaphor? Developing an instrument for measuring hosting. *Research in Hospitality*. Camargo, L. O. de L. (2004). Hospitalidade. São Paulo: Aleph. Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications. Dhar, R. L. (2015). The effects of high performance human resource practices on service innovative behaviour. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 67-75. Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L. da, & Chan, B. L. (2009). Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM000000004784> Guiry, M., Scott, J. J., & Vequist IV, D. G. (2013). Experienced and potential medical tourists' service quality expectations. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(5), 433-446. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson College Division. Hwang, J., & Ok, C. (2013). The antecedents and consequence of consumer attitudes toward restaurant brands: A comparative study between casual and fine dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 121-131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.002> Johnson, M. D., Gustafsson, A., Andreassen, T. W., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217-245. Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2013). Do employees' satisfied customers respond with an satisfactory relationship? The effects of employees' satisfaction on customers' satisfaction and loyalty in a family restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.02.003> Kim, J. H., & Jang, S. (Shawn). (2014). The fading affect bias: Examining changes in affect and behavioral intentions in restaurant service failures and recoveries. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.011> Kim, M. G., Lee, C. H., & Mattila, A. S. (2014). Determinants of Customer Complaint Behavior in a Restaurant Context: The Role of Culture, Price Level, and Customer Loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(8), 885-906. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.896762> McPhail, R., Patiar, A., Herington, C., Creed, P., & Davidson, M. (2015). Development and initial validation of a hospitality employees' job satisfaction index: Evidence from Australia. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(8), 1814-1838. Namkung, Y., & Jang, S. (Shawn). (2017). Are Consumers Willing to Pay more for Green Practices at Restaurants? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(3), 329-356. <https://doi.org/10.1177/1096348014525632> Oliveira, A. S. de, Silva, D. da, Rodrigues, G. V., & Borges, R. C. (2014). A Qualidade Percebida e a Satisfação como Antecedentes Diretos da Lealdade: Um Estudo em Processo de Compra de Baixo Envolvimento no Varejo. In XVII SemeAd - Seminários em Administração (pp. 1-16). Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12. Ryu, K., & Lee, J.-S. (2017). Examination of restaurant quality, relationship benefits, and customer reciprocity from the perspective of relationship marketing investments. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(1), 66-92. Shing, G. L., Koh, C., & Nathan, R. J. (2012). Service Quality Dimensions and Tourist Satisfaction Towards Melaka Hotels. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 2(1), 26-32. Srinivasan, S. S., Anderson, R., & Ponnnavolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and

consequences. *Journal of Retailing*, 78(1), 41-50. Teng, C. C., & Chang, J. H. (2013). Mechanism of customer value in restaurant consumption: Employee hospitality and entertainment cues as boundary conditions. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 169-178. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.008> Werdini, M. M., Rejowski, M., & Stefanini, C. J. (2014). Formação superior em gastronomia na cidade de São Paulo: expectativas e satisfação de alunos de uma instituição privada. *CULTUR: Revista de Cultura E Turismo*, 8(1), 35-58.