

XIV Salão Iniciação Científica da PUCRS

Elementos do *Servicescape* como Sinalizadores de Qualidade

Bolsista: Rafaela Guilherme Graebin. Professora Orientadora: Cristiane Pizzutti dos Santos.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração. Rua Washington Luís, 855.

Resumo

Apesar da literatura sobre sinalização ter investigado primordialmente a transmissão de informação sobre qualidade no contexto de produtos, a mesma lógica pode ser estendida aos serviços. O presente artigo amplia os conhecimentos sobre sinalização examinando o potencial de elementos do *servicescape* na sinalização sobre a qualidade dos serviços. Como sinalizadores do *servicescape* foram investigados o investimento em ambiente físico e o investimento nos empregados de linha de frente. Para tanto foram realizados dois estudos experimentais. O primeiro foi aplicado em sala de aula a 174 estudantes de MBA de duas grandes universidades gaúchas que espontaneamente responderam a perguntas relacionadas a uma imagem que lhes foi dada, distribuídas aleatoriamente. Tais imagens manipulavam dois fatores experimentais: o investimento no ambiente de um restaurante de *fast-food* (simples, médio e sofisticado) e o investimento no número de empregados (um ou quatro). No segundo estudo, a relação entre investimento no ambiente, nos funcionários e a qualidade percebida foi investigada em um restaurante, em vez de em um restaurante de *fast-food*. Além disso, o investimento em empregados foi apresentado na condição de contratar um *chef* de cozinha. A coleta de dados foi feita por meio do Mechanical Turk, em que 121 Norte-Americanos responderam a pesquisa. A diferenciação do investimento no ambiente foi exposta em duas condições: baixa e alta sofisticação. O investimento nos empregados foi investigado em três categorias: contratar um *chef* por um salário médio de mercado, contratar um *chef* por um salário acima da média do mercado e não contratar um *chef*. Resultados do primeiro estudo indicam efeitos positivos do investimento no ambiente nas percepções de qualidade dos respondentes. Eles também apontam que a interação entre o investimento nos funcionários e no ambiente impactam nas percepções de qualidade, de forma que o investimento nos funcionários só aumenta a percepção da qualidade quando o ambiente do serviço é simples. Em outros níveis de investimento no ambiente (médio e sofisticado), o número de empregados não importa. Os resultados do estudo 2 reforçam o impacto positivo do ambiente na qualidade percebida. Além disso, nesse estudo o investimento em funcionários tem efeito positivo na qualidade percebida, assim como o efeito da interação entre investimento em ambiente e nos funcionários: há efeito do investimento no ambiente na qualidade percebida somente na condição sem contratação do *chef*, na condição com contratação do *chef*, esse efeito desaparece.

Palavras-chave

Signaling; servicescape; physical ambience; frontline employees