

## **VALIDAÇÃO DA ESCALA COOLNESS NO CONTEXTO DE RESTAURANTES BRASILEIROS**

**JOSÉ WILLIAM DE QUEIROZ BARBOSA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

**LISSA VALÉRIA FERNANDES FERREIRA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

**VIVIANE SANTOS SALAZAR**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

**PEDRO SCRIVANO**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## **VALIDAÇÃO DA ESCALA COOLNESS NO CONTEXTO DE RESTAURANTES BRASILEIROS**

### **Introdução**

A escala coolness foi desenvolvida por Kock (2021) para avaliar o que torna um destino turístico cool ("descolado"). O autor afirma que o coolness de destinos turísticos é composto por quatro dimensões: autenticidade, rebeldia, originalidade e vibração. Além disso, o coolness é um aspecto positivo dos destinos e deve ser compreendido, já que os turistas têm atitudes mais favoráveis em relação a destinos cool.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Diante da competitividade do segmento de restaurantes, acredita-se que a percepção de coolness por parte dos consumidores pode ser uma fonte de vantagem competitiva relevante para os estabelecimentos deste ramo. Para isso, é necessário adaptar a escala desenvolvida a um novo locus de pesquisa - os restaurantes - e a um novo contexto - Brasil. Assim, este trabalho tem o objetivo de validar a escala de coolness desenvolvida por Kock (2021) para o contexto dos restaurantes brasileiros.

### **Fundamentação Teórica**

Como embasamento teórico, a pesquisa aborda a escala coolness de destinos e estudos relacionados a cada uma das dimensões da escala.

### **Metodologia**

Trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva com abordagem quantitativa. Primeiramente, a escala coolness passou por uma validação de conteúdo. Após isso, foram coletados dados, por meio de um survey online, de 207 participantes que já frequentaram algum restaurante considerado cool. Para analisar os dados, procedeu-se à análise fatorial exploratória, por meio do software IBM SPSS Statistics versão 22. Adicionalmente, aplicou-se a técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE) por meio do software SmartPLS 3.

### **Análise dos Resultados**

Os resultados mostraram que a escala coolness é válida em contexto de restaurantes brasileiros, pois apresentou índices significantes de validade e confiabilidade. Foi possível perceber maior relevância da dimensão 'originalidade', que obteve o maior coeficiente estrutural (0,830).

### **Conclusão**

Foi possível estabelecer uma ordem de relevância das variáveis com base nos coeficientes estruturais do modelo: a dimensão 'originalidade' é a mais importante para percepção de coolness em restaurantes (coeficiente estrutural = 0,830); a segunda mais importante é a dimensão 'vibração' (coeficiente estrutural = 0,827); em seguida tem-se a dimensão 'autenticidade' (coeficiente estrutural = 0,790); a quarta dimensão mais importante é a 'rebeldia' (coeficiente estrutural = 0,730); e a menos importante é a 'simbologia' (coeficiente estrutural = 0,729).

### **Referências Bibliográficas**

Jarratt, D., Phelan, C., Wain, J., & Dale, S. (2019). Developing a sense of place toolkit: Identifying destination uniqueness. *Tourism and Hospitality Research*, 19(4), 408-421. Kock, F. (2021). What makes a city cool? Understanding destination coolness and its implications for tourism. *Tourism Management*, 86, 1-16. Kumar, V., & Nayak, J. K. (2018). Destination personality: Scale development

and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 3-25.