



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

Análise da satisfação e intenção de recompra do consumidor de serviços de *delivery* de produtos alimentícios em tempos de pandemia

José William de Queiroz Barbosa¹
Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa²

Resumo

Este estudo se propôs a verificar se o hábito de compra de alimentos via *delivery*, intensificado durante a pandemia, leva a satisfação dos consumidores, o que, conseqüentemente, pode gerar lealdade a esse sistema de aquisição de produtos alimentícios, considerando-se a possibilidade de intenção de recompra por parte do consumidor. Como embasamento teórico buscou-se respaldo na revisão de literatura dos construtos satisfação, lealdade e intenção de recompra. Para a operacionalização da pesquisa, adotou-se a abordagem de método misto, desenvolvendo-se uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo em duas fases, a primeira qualitativa e a segunda quantitativa. Na primeira fase os dados foram coletados por meio de um roteiro semiestruturado de entrevistas, aplicado via web, baseado em escalas específicas de satisfação e lealdade do consumidor e a amostra foi acessada por bola de neve, resultando em 16 respostas, o que foi considerado suficiente para esta fase exploratória. Os dados foram tratados com apoio da análise de conteúdo de Bardin (2011). Para a fase descritiva, foi elaborado um questionário baseado nas escalas de satisfação de Westbrook (1980) e Oliver (1980) e a intenção de recompra, de Fullerton (2005) e Johnson, Herrmann e Huber (2006), que foi criado no *Google Forms* e divulgado em redes sociais (*WhatsApp* e *Facebook*), respondido digitalmente. A amostra foi acessada por conveniência e até o fechamento deste artigo as análises foram feitas

¹ Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bacharel em Hotelaria pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5265845005892287>. E-mail: william.queirozb@hotmail.com

² Doutora em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTur) da UFPE. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4418217720125569>. E-mail: lourdesbarbosa@gmail.com



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

considerando 55 questionários e respostas válidas, visto que a coleta continua em andamento, sendo este um estágio inicial da segunda etapa da pesquisa que foi analisada por meio de estatística descritiva. Como resultados preliminares, pode-se observar uma tendência de satisfação pela maioria dos respondentes, o que gerou lealdade a essa nova forma de realizar compras de produtos de supermercado via aplicativos de *delivery* durante a pandemia e parece indicar que será um sistema que continuará sendo utilizado por muitos no pós-pandemia. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Palavras-chave: consumidor; *delivery*; intenção de recompra; pandemia; satisfação.