



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

Hospitalidade e Autenticidade em tempos de *delivery*

Anna Beatriz Cautela Tvrzka de Gouveia¹

Grace Kelly Marcelino²

Elizabeth Kyoko Wada³

Paulo Sergio Gonçalves Oliveira⁴

Resumo

Desde o final do ano de 2019 o mundo está vivendo uma situação de pandemia de COVID-19, as pessoas estão cercadas de incertezas e lidando com distanciamento social, principal estratégia para conter a transmissão do vírus, que afetam as atividades econômicas, este é o contexto em que os restaurantes vêm se adaptando e buscando possibilidades diversas com o objetivo de se manterem no mercado. O artigo aborda a relação entre hospitalidade e autenticidade dos restaurantes temáticos em relação ao atendimento por sistema de entregas, pois o *delivery* tem sido a estratégia que tem mais contribuído para a permanência desses restaurantes. O estudo tem o seguinte problema de pesquisa: os consumidores percebem a mesma hospitalidade do *servicescape* no serviço de *delivery*? Sendo o objetivo da pesquisa avaliar a percepção dos consumidores sobre a hospitalidade no serviço de *delivery*. Para atingir esse objetivo, foi realizada uma pesquisa qualitativa com o uso de entrevista semiestruturada com 15 consumidores que frequentam dois restaurantes temáticos na cidade de São Paulo. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, para a análise dos dados coletados, foi aplicado o método de Análise de Conteúdo, com o software Atlas ti, para identificar categorias relacionadas à hospitalidade e autenticidade na percepção dos entrevistados. As conclusões incluem a percepção dos consumidores sobre a preocupação dos estabelecimentos em manterem os cuidados no atendimento, acolhimento e autenticidade do serviço presencial no pedido entregue. Também ficou evidente nos resultados que os clientes perceberam a preocupação dos restaurantes analisados em oferecer o mesmo padrão do serviço prestado no atendimento presencial. A autenticidade se mostrou importante e influente no processo de identificação da hospitalidade em restaurantes temáticos. As oportunidades para futuras pesquisas giram em torno da continuidade deste estudo ampliando o número de restaurantes temáticos analisados, consecutivamente o aumento de respondentes, além de observar a permanência desse atendimento com hospitalidade nos serviços de entrega pós pandemia.

Palavras-chave: hospitalidade; restaurante temático; autenticidade; *delivery*.

¹ Mestre. Mestre. Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/0630719218669132>. abcautela@gmail.com.

² Mestre. Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/5664672047824818>. gkturismo@yahoo.com.br

³ Doutora. Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/4904816535433696>. elwada@anhembi.br.

⁴ Doutor. Universidade Anhembi Morumbi. <http://lattes.cnpq.br/5787786955978812>. psoliveira@anhembi.br