



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

A compra de serviços de hospedagem por meio do comércio eletrônico: Um estudo dos fatores condicionantes com os residentes de Fortaleza/CE

Sávio Machado de Araújo¹
André Riani Costa Perinotto²

Resumo

Evolução e disseminação da Internet têm modificado comportamento de compras, especialmente, pela facilidade de acesso às informações. No Turismo, a Internet surge como parceira ideal devido à intangibilidade de produtos e serviços. Assim, o turista atual torna-se consumidor de novo mercado, conhecido como mercado virtual ou comércio eletrônico. Ademais, existem poucos estudos que consideram o comportamento de compra de serviços de hospedagem pelos residentes de Fortaleza/CE usando *e-commerce*, dado que, na maior parte das pesquisas científicas, Fortaleza é apresentada como destino turístico. Esta pesquisa analisa os fatores que influenciam o uso do comércio eletrônico na compra de serviços de hospedagem pelos residentes de Fortaleza/CE. Na consecução desse objetivo, utilizaram-se os construtos “Influência Social” e “Relevância do Preço” do Modelo Unificado de Aceitação e Uso da Tecnologia 2 (UTAUT2), de Venkatesh, Thong e Xu (2012), além dos fatores “Confiança” e “Risco Percebido” (Slade et al., 2015). Os moderadores idade e experiência (UTAUT2) e nível de renda e escolaridade foram usados para traçar o perfil do consumidor. É uma pesquisa descritiva e quantitativa. Coleta de dados foi realizada pela aplicação de questionário eletrônico (*Survey online*) em uma amostra de 195 residentes de Fortaleza/CE com análise desses feita por meio de estatísticas descritivas, análise fatorial exploratória, teste exato de Fisher e análise de regressão linear múltipla. Resultados apontam que a influência social e o preço são os construtos que mais impactam no uso do comércio eletrônico na reserva *online*. A pesquisa demonstrou: 1) confiança não possui relação significativa com compra de serviços de hospedagem por meio eletrônico; 2) qual o perfil dos consumidores residentes em Fortaleza que fazem reservas *online*; 3) quais fatores influenciam ou não nesse uso, contribuindo para que plataformas digitais conheçam o mercado consumidor dos moradores de Fortaleza/CE relacionado à compra de hospedagem.

Palavras-chave: comportamento do consumidor; comércio eletrônico; reservas *online*; aceitação e uso de tecnologia.

¹ Mestre em Turismo (UECE/Fortaleza/CE). Especialista em Gestão Tributária (Centro de Educação Tecnológica Darcy Ribeiro). Bacharel em Ciências da Computação (UFC). Auditor Fiscal de TI da Receita Estadual - Secretaria da Fazenda do Estado do Ceará (SEFAZ-CE). <http://lattes.cnpq.br/8365046604433967>. saviomaraujo@gmail.com.

² Doutor em Ciências da Comunicação (UNISINOS/RS). Mestre em Geografia (UNESP/Rio Claro/SP). Especialista em Docência para Ensino Superior em Turismo e Hotelaria (SENAC/SP). Bacharel em Turismo (UNIMEP). Professor Adjunto do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr). Professor Permanente do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE). <http://lattes.cnpq.br/9146688925419493>. perinotto@ufpi.edu.br.