

AS NOVAS CONFIGURAÇÕES DE COMPRA NO VAREJO DE ALIMENTOS PÓS-PANDEMIA

Luísa Simionato Schafranski, Aluna do 3º período do curso de Ciência de Dados para Negócios da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2022-2023). Milan Daniel van de Meeberg, aluno do 7º período do curso de Ciências Econômicas da FAE Centro Universitário. Voluntário do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2022-2023). Adriano Toledo Pereira, FAE Centro Universitário orientador de Pesquisa. Mestre em Administração pela Universidade Positivo. Professor da FAE Centro Universitário.

E-mail: luisa.schafranski@mail.fae.edu

E-mail: milan.van.meeberg@mail.fae

E-mail: adriano.pereira@fae.edu

RESUMO

A pandemia da Covid-19 causou várias transformações na maneira que o mundo funciona, sendo uma dessas mudanças na forma de consumo. A transformação digital foi uma das forças motrizes do período, sendo essencial no funcionamento em um ambiente de adaptação de todos os agentes econômicos. O setor de varejo de alimentos não foi diferente, apresentando um grande impulso no comércio eletrônico e no aumento de vendas, com a introdução de novos instrumentos de venda como novos aplicativos de compra, mercados autômatos, entre outros. Diante desse cenário, o artigo busca entender o sentimento das pessoas no contexto pós-pandemia e sua experiência e escolha quando se trata do consumo no varejo de alimentos, buscando verificar se as mudanças que existiram no período pandêmico tiveram um impacto permanente na escolha dos consumidores por pontos de venda físicos ou ambientes virtuais. Os dados da pesquisa foram coletados utilizando uma abordagem de pesquisa quantitativa survey, com amostragem não-probabilística. Os resultados são do tipo conclusivo, baseados em uma amostra de 412 respondentes, evidenciando com 95% de confiança as preferências dos consumidores nesse segmento.

Palavras-chave: Varejo de Alimentos. Pós-pandemia. Preferência do Consumidor. Pesquisa Survey