



## PADRÃO DE COMPRA DE COMIDA EM APPS DE DELIVERY ANTES E DURANTE A PANDEMIA

III Seminário Latino-Americano sobre Ambiente Alimentar e Saúde, 3ª edição, de 28/10/2021 a 29/10/2021  
ISBN dos Anais: 978-65-89908-74-6

**BOTELHO;** Laís Vargas <sup>1</sup>, **CANELLA;** Daniela Silva <sup>2</sup>, **BASTOS;** Leonardo Soares <sup>3</sup>, **CARDOSO;** Letícia de Oliveira <sup>4</sup>

### RESUMO

**Objetivos:** Descrever padrões de compra em aplicativos de *delivery* de comida antes e durante a pandemia de COVID-19. **Métodos:** Em 2020, foi realizado *web survey* com amostragem em cadeia entre residentes ( $\geq 18$  anos) da região metropolitana do Rio de Janeiro. Aspectos sociodemográficos, frequência de uso e principais escolhas alimentares em aplicativos de *delivery* foram aferidos em formulário Google. Realizou-se análise descritiva após ponderação pós-estratificação da amostra por sexo, idade e escolaridade. Serão explorados padrões de compra nos dois momentos com análise de correspondência múltipla e algoritmo *fuzzy c-means*. **Resultados parciais:** Foram alcançados 748 usuários de aplicativos: média de 33,5 anos; 59,4% mulheres; 78,6% com ensino médio e 21,4% com ensino superior completo. Durante a pandemia, 51,5% aumentaram a frequência de uso, e 22,2% diminuiram. Houve redução no percentual dos que pediam comida ocasionalmente (24,9% para 21,1%,  $p=0,03$ ) e 1-2 vezes/semana (45,7% para 36,1%,  $p=0,00$ ), e aumento no dos que pediam  $\geq 3$  vezes/semana (13,8% para 26,3%,  $p=0,00$ ). Os principais pedidos, antes ou durante a pandemia, eram: *fast food*; hambúrgueres e *pizzas* artesanais; refrigerantes; comida oriental; refeições brasileiras. Aumentou a proporção de usuários que pediam refeições brasileiras ( $p=0,00$ ) e bebidas alcoólicas ( $p=0,00$ ); e diminuiu a de *fast food* ( $p=0,00$ ) e refrigerantes ( $p=0,00$ ). Entre quem usava  $\geq 3$  vezes/semana, o aumento observado em refeições brasileiras e bebidas alcoólicas foi mais acentuado, e, quanto aos refrigerantes, observou-se tendência oposta. A análise multivariada em curso ajudará a apreender padrões de compra praticados por usuários de perfis diversos e possíveis mudanças com o advento da pandemia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relato de pesquisa, 1- Descrição sobre ambiente alimentar

<sup>1</sup> Ensp/Fiocruz, lvbotelho12@gmail.com

<sup>2</sup> INU/UERJ, danicanella@gmail.com

<sup>3</sup> PROCC / Fiocruz, lsbastos.fiocruz@gmail.com

<sup>4</sup> Ensp/Fiocruz, leticiadeoliveiracardoso@gmail.com