

Empresas-delivery e sua relação com empresas de *food service*¹

Larissa LOPES²
Bruna ALMEIDA³
Faculdade Laboro, DF

RESUMO

O cenário atual da pandemia de COVID19 transformou as formas de consumo da população. O mercado de food service precisou adaptar-se ao uso do sistema de entregas, conhecido como delivery. Os aplicativos de delivery têm se destacado devido à praticidade, segurança e comodidade oferecida aos clientes. Porém, para as empresas do ramo alimentício, é importante avaliar as vantagens e desvantagens de utilizar as empresas-delivery como principal ferramenta de entregas.

PALAVRAS-CHAVE: Plataforma digital; COVID-19; Aplicativos de entrega

A pandemia global de COVID19 trouxe mudanças significativas nas formas de consumo da sociedade moderna. Diversas adaptações foram implementadas para que a economia pudesse ser mantida. (BANCO MUNDIAL, 2020).

Devido a impossibilidade de consumo em locais como restaurantes (Kupferschmidt, 2020), a solução encontrada foi a utilização da modalidade delivery, já popularizada pelo uso de aplicativos de food service (Gessuir, 2017). Com as novas regras sanitárias exigidas em escala mundial, o aumento desta modalidade trouxe para a população uma nova forma de consumo e para o setor de alimentos, uma oportunidade de retomar o crescimento (Soupin, 2020).

Portanto, para continuarem competitivas no mercado, as empresas precisam atentar-se para as tendências do setor de alimentação e aos desafios gerados por estas mudanças. Manter os clientes satisfeitos em relação a qualidade dos produtos, o tempo de entrega e um bom atendimento é essencial para que haja a fidelização do consumidor (SILVA, 2021).

A praticidade, a variedade de escolha, a conveniência e os valores acessíveis que as plataformas de delivery oferecem influenciam na intenção e no comportamento dos consumidores (Christino, 2021). Levando em consideração a popularidade, o aplicativo Ifood lidera o ranking de aplicativos de delivery no Brasil (SILVA, 2021).

¹ Trabalho apresentado à Disciplina de Produção e Inovação Científica realizada no dia 05/02/2022 na unidade Laboro em Brasília

² Larissa Lopes Nascimento. Gestão de UAN, Segurança Alimentar e Serviço de Food Service. E-mail: lopeslarissan@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestra da Faculdade Laboro. e-mail: brunaalmeida87@gmail.com

Por outro lado, a utilização de plataformas de delivery, chamadas também, de empresas-delivery, ocasionou novas problemáticas sociais, como a precarização do serviço dos entregadores de aplicativos (LUNA; OLIVEIRA, 2022). As greves realizadas por esta classe de trabalhadores têm conquistado a solidariedade do consumidor que reconhece os esforços que os mesmos realizaram durante o período de lockdown, bem como, situações de descaso das plataformas de delivery (GALVÃO, 2020).

Além das relações de trabalho estremeciadas, ainda há uma cobrança de taxas de serviço muito altas, que diminui os lucros das empresas que contratam estes serviços, atingindo negativamente de forma mais acentuada os pequenos negócios.

Diante de tamanho desafio, surge uma solução que busca sanar estes dois principais problemas causados pelo uso de aplicativos de delivery: a criação e gerenciamento do próprio aplicativo de delivery, pois além de ter um relacionamento direto com seus entregadores, também é possível criar estratégias de fidelização dos clientes. Entretanto, é importante manter-se também nas principais plataformas de *marketplace* para atrair os consumidores que os utilizam e obter maior visibilidade (GUIMARÃES, 2020).

É necessário avaliar se é vantajoso utilizar estas plataformas como principal forma de delivery, visto que apesar das taxas de comissão altas, estes aplicativos trazem visibilidade para os serviços de food service. De qualquer forma, o planejamento é essencial para prosseguir empreendendo em um momento onde a inovação e criatividade fazem parte de qualquer negócio.

REFERÊNCIAS

BANCO MUNDIAL. (2020a). **COVID-19 no Brasil: Impactos e Respostas de Políticas Públicas**. Disponível em: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/106541594362022984/pdf/COVID19-in-BrazilImpacts-and-Policy-Responses.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2022.

Kupferschmidt K, Cohen J. **Can China's COVID-19 strategy work elsewhere?** Science 2020; 367(6482): 1061-1062.

Soupin E. **Com cariocas de quarentena, pedidos de delivery disparam no Rio**. G1 2020; 19 mar. <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/03/19/com-cariocas-de-quarentenapedidos-de-delivery-disparam-no-rio.ghtml>

Gessuir Pigatto, Joao Guilherme de Camargo Ferraz Machado, Amanda dos Santos Negreti, Lucas Miranda Machado, (2017) **"Have you chosen your request? Analysis of online food**

delivery companies in Brazil", British Food Journal, Vol. 119 Issue: 3, pp.639-657, <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2016-0207>

Christino, Juliana M. M., Cardozo, Érico Aurélio Abreu, Petrin, Renata, Pinto, Lais H. de Aguiar (2021). **Fatores que influenciam a intenção e o comportamento de uso de aplicativos de delivery para restaurantes**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 23(1), p.21-42.

LUNA, Nathalia Tamiris Carvalho de; OLIVEIRA, Ariadne Samila Martins de. **Os entregadores de aplicativos e a fragmentação da classe trabalhadora na contemporaneidade**. Revista Katálysis, [S.L.], v. 25, n. 1, p. 73-82, jan. 2022. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-0259.2022.e82588>.

GALVÃO, Andréia. **A greve e as perspectivas do movimento entregadores**. 2020. Disponível em: <https://www.eco.unicamp.br/remir/index.php/sindicalismo/189-a-greve-e-as-perspectivas-domovimento-entregadores>. Acesso em: 5 fev. 2022.

OTOBONI, Jéssica (ed.). **Apps de delivery e taxas de comissão: como lidar?** 2022. Disponível em: <https://comercyo.com.br/apps-de-delivery-e-taxas-de-comissao/>. Acesso em: 5 fev. 2022.

GUIMARÃES, Leonardo. Para fugir das taxas do iFood e Rappi, restaurantes investem no próprio delivery. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/para-fugir-das-taxas-do-ifood-e-rappi-restaurantes-investem-no-proprio-delivery/>. Acesso em: 5 fev. 2022.