

# CRESCIMENTO NA ADESÃO DE APLICATIVOS DE *FOOD DELIVERY* DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

<sup>1</sup>**BEATRIZ EZÍDIO BARDELA** (Fatec-Sebrae)

beatriz.bardela @fatec.sp.gov.br

<sup>2</sup>**GABRIEL BONETTI NERI** (Fatec-Sebrae)

gabriel.neri01 @fatec.sp.gov.br

<sup>3</sup>**PRISCILA DINE LIMA** (Fatec-Sebrae)

priscila.lima19 @fatec.sp.gov.br

<sup>4</sup>**VICTOR PRIYE SANDA** (Fatec-Sebrae)

victor.nwoye @fatec.sp.gov.br

<sup>5</sup>**SIDIONEY ONÉZIO SILVEIRA** (Fatec-Sebrae)

sidioney.silveira @fatec.sp.gov.br

## RESUMO

A pandemia do *Covid-19* mudou drasticamente, e talvez, permanentemente, o cotidiano e modo de consumir ao redor do mundo, com a alimentação não seria diferente, as refeições que antes do isolamento eram feitas em bares, restaurantes ou em praças de alimentação, passaram a ser consumidas em casa, para algumas regiões a utilização de aplicativos de *delivery* já era usual, entretanto regiões com menor renda não tinham facilidade em encontrar esses serviços. Através de pesquisas, buscamos analisar o crescimento na adesão de aplicativos de *food delivery* durante a pandemia de *Covid-19* as principais diferenças e desafios de dois bairros de São Paulo com realidades totalmente opostas, a maior comunidade de São Paulo e um dos bairros mais nobres da cidade.

**Palavras-chave:** Pandemia 1. *Food Delivery* 2. *Covid-19* 3.

## ABSTRACT

*The Covid-9 square has changed drastically, and perhaps it is, the daily life and the way of consumption around the world different, with the pandemic before the isolation in bars, restaurants or in food isolation Some regions to be used in delivery services are already common, although it is not easy to find these services. Through research, we seek the growth in the adhesion of food delivery apps during the Covid-19 pandemic as the main differences and challenges of two neighborhoods in São Paulo with totally opposite reality, the community of São Paulo and one of the most upscale neighborhoods in the city.*

**Keywords:** Pandemic 1. *Food Delivery* 2. *Covid-19* 3.

<sup>1</sup> Aluno da disciplina de Logística Empresarial do curso de GNI da Fatec-Sebrae, Discente do curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia.

<sup>2</sup> Aluno da disciplina de Logística Empresarial do curso de GNI da Fatec-Sebrae, Discente do curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia.

<sup>3</sup> Aluno da disciplina de Logística Empresarial do curso de GNI da Fatec-Sebrae, Discente do curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia.

<sup>4</sup> Aluno da disciplina de Logística Empresarial do curso de GNI da Fatec-Sebrae, Discente do curso de Gestão de Negócios e Inovação da Faculdade de Tecnologia.

<sup>5</sup> Professor da disciplina de Logística Empresarial da Fatec-Sebrae do curso de GNI.

## 1. INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo a adesão de aplicativos de *food delivery* vem crescendo exponencialmente, em especial após o início da pandemia e instauração da prática da quarentena, o consumo “dentro de casa” acelerou de forma significativa a transformação do cenário *B2C* para sempre. Segundo pesquisa realizada pela agência Edelman, promovida pela Paypal e publicada pela Agência Brasil a prática saiu de 40,5% antes da calamidade para 66,1% durante o período de confinamento, os motivos apresentados pelos participantes da entrevista foram: 93,5% afirmaram gostar da experiência, 84% optam pela prática para economia de tempo, 63,6% como forma de evitar o contágio pelo coronavírus e por fim 68,6% pontuaram preocupação com a segurança do pagamento online. Para Haroldo Vieira chefe de Novos Negócios da Paypal, “A elevada intenção de manter os hábitos de uso de delivery, mesmo com a reabertura de bares e restaurantes, comprova como a experiência de compra foi positiva para o consumidor”.

Segundo ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) os estabelecimentos que não possuíam mecanismo de entrega se viram obrigados a se adequar ao “novo normal” recorrendo aos aplicativos de *food delivery* para estender seu atendimento bem como sobreviver aos efeitos das restrições e mudanças nos hábitos de consumo e isolamento social, apesar da grande mobilização a fim de continuar com as vendas, somente na capital de São Paulo 12 mil estabelecimentos do ramo de comida fecharam, no Brasil o número chega a 335 mil, o que resultou no fim de 1,2 milhões de postos de trabalhos.

## 2. EMBASAMENTO TEÓRICO

O período pós-pandemia tem enfatizado a importância de estudo dos impactos causados pela doença, não só na saúde da população, mas na mudança do comportamento. Por ser uma doença desconhecida, pela maior parte da população, o tema tornou-se o foco das atenções de cientistas, historiadores, filósofos e estudiosos ao redor do mundo. Pesquisas e estudos foram disponibilizados pelos Governadores dos Estados para que a população possa se informar sobre o momento pelo qual estamos passando.

### 3. DESENVOLVIMENTO DA TEMÁTICA

O primeiro caso confirmado de *Covid-19* no Brasil se deu no dia 26/02/2020 na cidade de São Paulo, espalhando-se rapidamente pelo Brasil e sendo considerada como pandemia apenas 15 dias após a confirmação. Por ser uma doença altamente contagiosa, rapidamente medidas para evitar ou retardar o contágio foram adotadas, como uso de máscaras, a intensificação na higienização das mãos e a mais eficaz dentre elas, o distanciamento social.

Distanciamento social é uma forma de reduzir a circulação em espaços coletivos ou privados, para tal serviços não essenciais fecharam as portas compulsoriamente de acordo com o agravamento do contágio, conforme a **Figura 1** define as medidas de distanciamento social.

**Figura 1** - Categorias de medidas de distanciamento social e detalhamento das ações consideradas em cada categoria.

Categorias	Detalhamento
Suspensão de eventos	Suspensão de eventos públicos e/ou privados e atividades culturais, de lazer, religiosos e esportivos
Suspensão de aulas	Suspensão de atividades educacionais (públicas e privadas, incluindo creche, ensino infantil, fundamental, médio e superior)
Quarentena de grupos de risco	Regime especial de trabalho (teletrabalho/home office/trabalho remoto) para funcionários que estão nos grupos de risco para a COVID-19, a saber: indivíduos com idade igual ou superior a 60 anos, gestantes ou lactantes e/ou portadores de doenças crônicas
Paralisação econômica (plena ou parcial)	Suspensão do atendimento ao público nos serviços públicos não essenciais e/ou orientação para teletrabalho dos servidores Fechamento de centros comerciais (shoppings, galerias e congêneres), academias ou centros de esportes privados (ou seja, estabelecimentos comerciais que geram aglomerações por sua natureza) Suspensão do funcionamento de estabelecimentos alimentícios (bares, restaurantes, lojas de conveniência, e similares), incluindo proibição de atendimento ao público presencial e/ou consumo no local Suspensão do atendimento ao público de prestadores de serviços e de demais estabelecimentos comerciais não essenciais Suspensão de atividades industriais não essenciais
Restrição do transporte	Suspensão ou restrição da circulação do transporte de passageiros intermunicipal e/ou interestadual de qualquer modalidade
Quarentena da população	Recomendação de quarentena para toda a população

**Fonte:**<<https://www.scielo.br/j/csp/a/gR6mkQmSqBHqvZb5YMNYjxD/?format=pdf&lang=pt>>

Somente no Brasil o número de mortos pela doença ultrapassa os 600 mil em abril/2022, segundo o boletim do Governo do estado de São Paulo e são mais de 30 Milhões de casos confirmados no país.

A doença vem sendo controlada após a disponibilização da vacina, com a sua primeira dose aplicada a partir de março/2021 para grupos especiais, hoje São Paulo é o segundo estado mundial que mais vacina, com 86,14% da população com esquema vacinal completo, de acordo com o governo do estado. Com isso a cidade funciona na sua capacidade máxima,

em locais privados e públicos, retornando assim a economia que por muito tempo ficou estagnada.

Mesmo com a situação de crise econômica causada pelo vírus, os aplicativos de food delivery vêm integrando o ambiente alimentar digital de diversas famílias no Brasil e no Mundo desde 2010, e em muitas vezes virando um hábito cotidiano, no qual o software auxilia na conexão entre restaurantes, bares, adegas, entre outros comércios locais alimentícios com o consumidor final, resolvendo um das principais causas de estresse entre os brasileiros, a falta de tempo (O GLOBO, 2012) além de garantir uma melhora significativa na acessibilidade em refeições preparadas fora do próprio lar.

As principais companhias de serviços alimentícios estão no modelo de negócio *B2C*, são empresas que vendem produtos ou prestam serviços para o consumidor final, pessoas físicas.

A acessibilidade em diferentes refeições diárias pelo público consumidor fez com que os serviços alimentícios locais crescerem e gerou novas oportunidades para os empreendedores, nesse momento que nasce o *iFood* 2011, *startup* fundada pelos empresários Patrick Sigrist, Eduardo Baer, Guilherme Bonifácio e Felipe Fioravante, com a proposta de ser um aplicativo criado para revolucionar a entrega rápida de comida e fazer a conexão que faltava entre restaurantes e clientes. Essa inovação fez com que 650 restaurantes, apenas em São Paulo, estivessem com seus cardápios expostos no software em apenas seis meses de lançamento.

Atualmente o aplicativo é líder na América Latina, superando *downloads* do McDonald's que é a segunda maior rede de franquias em unidades no Brasil (ABF, 2022). A página oficial declara 5,4 milhões de usuários ativos, 60 milhões de pedidos entregues todo mês, mais de 270 mil restaurantes cadastrados e 200 mil entregadores na plataforma, conforme a **Figura 2** mostra os pedidos mensais de 2020.

**Figura 2 - Pedidos Mensais iFood**



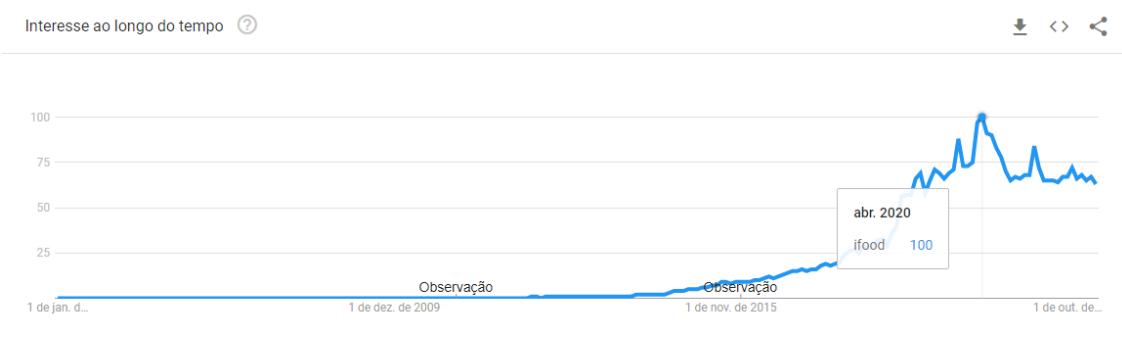
**Fonte:** *iFood* entregando resultado: Faturamento cresce 234%, Snaq, 2020.

A companhia de conexões entre empreendedores na área alimentícia e consumidores finais revolucionou o *delivery* neste período pandêmico, na contramão da grande crise econômica causada pelo vírus, a empresa teve um aumento significante em seu faturamento, tendo em média 45 milhões de pedidos mensais, cerca de 250% de crescimento no período de pandemia segundo dados da *Food Consulting*.

O grande sucesso vem de uma estratégia não tanto tecnológica, mas sim, na gestão de pessoas e marketing, capacidade de compreensão do comportamento do cliente e análise de cenário atual. O controle de qualidade do serviço e ajustes feitos no aplicativo neste período fez com que nem todos os empreendedores pudessem se inscrever na plataforma já que foram exigidos pré-requisitos elevados e normas rígidas.

A velocidade das tomadas de decisões importantes sobre a plataforma também foi fundamental para o rápido crescimento da empresa, os efeitos da pandemia fizeram com que novas medidas fossem necessárias e assim foi feito, consultores infectologistas foram contratados para estudar e adaptar o negócio de acordo com as recomendações da área da saúde. Os serviços se tornaram mais ágeis para atender uma estratégia de marketing ligada a um estudo feito pela OMS que aponta 25% de aumento nos casos de ansiedade e depressão, garantindo assim uma sensação de alívio na entrega de seus pedidos. Campanhas de publicidade focando na entrega rápida foram publicadas em diversos meios de comunicação em massa no período de alta nos casos, como em *podcasts*, propaganda no *Youtube* e anúncios focados em a margem alta de público, como podemos notar no gráfico abaixo (ANALYTICS GOOGLE), um alto crescimento de pesquisas no começo da pandemia e inicio do *lockdown* na maior parte dos estados brasileiros.

**Figura 3 - Interesse do público online ao longo do tempo no termo “iFood”**



**Fonte:** Termo de pesquisa do iFood, Google Trends.

A pandemia da *Covid-19* afetou milhares de estabelecimentos, só em São Paulo no ano de 2021, mais de 12 mil bares e restaurantes foram fechados e por não se adaptarem às restrições sanitárias impostas pelo governo estadual e órgãos ligados à saúde. Em contrapartida ao fechamento de bares e restaurantes, o mercado teve um crescimento bastante significativo no início da pandemia, que aproveitou a alta demanda do mercado, com milhões de pessoas em casa e com a falta de inovação no setor de restaurantes, que fez crescer a adoção de aplicativos de delivery como a *Rappi*, *iFood*, *Uber Eats* e a *99Food*. Com a adaptação de bares e restaurantes ao sistema de delivery, um mês após a determinação de restrições sanitárias no Brasil, somente no mês de abril de 2020 houve mais de 30,6 milhões de pedidos somente no *iFood* (um aumento de 22% se comparado com o mês anterior.), que é o maior player do mercado de Delivery no Brasil. Além disso, o *iFood* possuía antes de abril daquele mesmo ano, cerca de 142 mil restaurantes ativo, e após o início das restrições passaram a possuir em sua base mais de 160 mil restaurantes ativo, um aumento de 13%. Os dados positivos do crescimento do delivery no Brasil, fez com que o faturamento no varejo doméstico no Brasil crescesse cerca de 1,8% em 2021, isso representa 73,5% sobre o faturamento da indústria alimentícia no Brasil e isso gerou cerca de R\$ 688,5 bilhões somente em 2021, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, a ABIA.

Para falarmos da situação do *Food Delivery* na cidade de São Paulo e sua relação de consumo, analisamos dados do público alvo em dois bairros de São Paulo com realidades distintas e distantes, Sacomã que conta com a maior comunidade do Estado o bairro de Heliópolis e o Itaim Bibi, bairro nobre de São Paulo.

A população de Heliópolis vem sofrendo bastante com a falta de presença dos grandes *players* do mercado de *delivery*, como o *iFood*, *Rappi*. Um dos maiores motivos da ausência do serviço de *Food Delivery* nas regiões periféricas de São Paulo, enquanto no bairro do Sacomã a média de “Distribuição das antenas de internet móvel por área” é de 4,81 no bairro do Itaim Bibi soma 48,28 de média de distribuição de antenas de internet, o maior índice do Estado.

Outro ponto importante a se considerar é que em São Paulo, com os dados da Secretaria de Segurança Pública, temos um roubo a cada 4 minutos, hoje um dos maiores ofensores na experiência dos entregadores e motoristas por aplicativo, são os roubos, já que muitos entregadores rejeitam a demanda ao saber que se tratada de uma área de alto risco, como são consideradas as comunidades.

**Figura 4 - Ocorrências de roubo no Estado de São Paulo**



**Fonte:** Estado de SP registra 642 roubos por dia em janeiro de 2022, G1 SP.

Para contornar este problema, diversos restaurantes que atuam em áreas periféricas, preferem fazer as próprias entregas via *WhatsApp*. O que não ocorre compulsoriamente na região do Itaim já que há uma grande demanda de motoristas disponíveis para fazerem as entregas.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo inicial do projeto foi identificar o crescimento na adesão de aplicativos de *food delivery* durante a pandemia de *Covid-19*, focamos nossas pesquisas particularmente em dois bairros da grande São Paulo, Sacomã e Itaim Bibi.

Através dos nossos estudos, identificamos alguns motivos que levaram a necessidade de implementação do mecanismo de entrega para alguns estabelecimentos que ainda não utilizavam essa ferramenta antes da pandemia, um dos principais motivos é continuar presente dentro mercado e atender as necessidades dos consumidores, mesmo com todas as medidas restritivas. O sistema de *delivery* foi um grande aliado do mercado de *food service* durante a pandemia, por conta disso. Na verdade, realizar entregas foi a solução encontrada para movimentar diversos setores da economia, não apenas o de alimentação.

É claro, que existem alguns fatores que dificultam a implementação dessa adesão, principalmente nos bairros com menor per capita. Comprovamos isso através das nossas pesquisas, onde foi possível ver que a pandemia teve um grande impacto na maneira de consumir e afetou principalmente a população menos favorecida, por fatores como: falta de segurança e a dificuldade/escassez no acesso à internet. Enquanto pessoas abastadas não sentiram o impacto já que em bairros nobres não se tem dificuldade de acesso, a segurança é maior e o acesso à internet nunca foi problema.

Esta pesquisa amplia nosso conhecimento sobre as características do *B2C* e o impacto da *Covid-19* e as diferenças de consumo em zonas distintas. Entretanto, uma limitação deu-se, a análise de apenas duas regiões da grande São Paulo, o pequeno tamanho da amostra não mostra todo o dimensionamento que pandemia teve nas mudanças de consumo em alcance mundial.

## 5. REFERÊNCIAS

**BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial.** 5<sup>a</sup> ed. Porto Alegre/SC: Bookman, 2006.

**CLRB – CONSELHO DE LOGÍSTICA REVERSA NO BRASIL. Logística Reversa.** Disponível em: <<http://www.clrb.com.br/site/clrb.asp>>. Acesso em: 20 de abril de 20221.

**CONSUMIDOR DA PREFEITURA RECLAMA QUE EMPRESAS APROFUNDAM SEGREGAÇÃO URBANA. Folha de São Paulo, 2021.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/09/consumidor-da-periferia-reclama-que-empresas-aprofundam-segregacao-urbana.shtml>> Acesso em: 15 abril de 2022.

**ENTENDA A IMPORTÂNCIA DO DISTANCIAMENTO SOCIAL.** Disponível em:<ESTADO DE SP REGISTRA 642 ROUBOS POR DIA EM JANEIRO DE 2022. G1 SP, 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/03/03/estado-de-sp-registra-642-roubos-por-dia-em-janeiro-de-2022.ghtml>> Acesso em: 15 abril de 2022.

**FATURAMENTO DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS CRESCEU 16,9% EM 2021, DIZ ASSOCIAÇÃO. CNN.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/faturamento-da-industria-de-alimentos-cresceu-169-em-2021-diz-associacao/>>. Acesso em: 27 de março de 2022.

**HAMBURGARIA POPULARES GERAM RENDA E IMPACTO SOCIAL NAS PERIFERIAS DE SP. Folha de São Paulo, 2020.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedor-social/2020/03/hamburguerias-populares-geram-renda-e-impacto-social-nas-periferias-de-sp.shtml>> Acesso em: 15 abri de 2022.  
<https://coronavirus.saude.mg.gov.br/blog/108-distanciamento-social> Acesso em: 20 de abril de 2022.

**IFOOD ENTREGANDO RESULTADO: FATURAMENTO CRESCE 234%. Snaq, 2020.** Disponível em: <<https://www.snaq.co/post/ifood-entregando-resultado-faturamento-cresce-234>>. Acesso em: 28 de abril de 2022

**IFOOD FAZ UM MILHÃO DE ENTREGAS POR DIA DURANTE A PANDEMIA. Exame.** Disponível em: <<https://exame.com/revista-exame/um-milhao-de-entregas/>>. Acesso em: 27 de março de 2022.

**IFOOD: COMO A COMPANHIA REVOLUCIONOU O DELIVERY NA PANDEMIA. Associação Comercial de São Paulo, São Paulo.** Disponível em: <

<https://acsp.com.br/publicacao/s/ifood-como-a-companhia-revolucionou-o-delivery-na-pandemia>. Acesso em: 22 abril de 2022.

INSTITUCIONAL IFOOD. Página inicial. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/>>. Acesso em: 23 de abril de 2022.

MAPA DA DESIGUALDADE DE 2021. **Rede Nossa São Paulo, 2021.** Disponível em: <[https://www.nossasaopaulo.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Mapa-Da-Desigualdade-2021\\_Tabelas.pdf](https://www.nossasaopaulo.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Mapa-Da-Desigualdade-2021_Tabelas.pdf)> Acesso em: 15 abril de 2022.

MEDIDAS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL PARA O ENFRENTAMENTO DA COVID-19 NO BRASIL: CARACTERIZAÇÃO E ANÁLISE EPIDEMOLÓGICA POR ESTADO. **Scielo.** Disponível em: <<file:///C:/Users/INFO01/Desktop/Medidas%20de%20distanciamento%20social.pdf>>. Acesso em: 23 de abril de 2022.

O FUTURO DO MERCADO DO FOOD SERVICE APÓS A PANDEMIA. **Consumidor Moderno.** Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2021/07/01/o-futuro-do-mercado-do-food-service-apos-pandemia/amp/>>. Acesso em: 28 de março de 2032

PANDEMIA DE COVID-19 DESENCADEIA AUMENTO DE 25% NA PREVALÊNCIA DE ANSIEDADE E DEPRESSÃO EM TODO O MUNDO. **Organização Pan-Americana da Saúde, Brasília, Distrito Federal.** Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/2-3-2022-pandemia-covid-19-desencadeia-aumento-25-na-prevalencia-ansiedade-e-depressao-em>>. Acesso em: 22 abril de 2022

RESTAURANTES QUE CRESCERAM NA PANDEMIA REVELAM ESTRATÉGIAS. **Abrasel.** Disponível em: <<https://pe.abrasel.com.br/noticias/noticias/restaurantes-que-cresceram-na-pandemia-revelam-estrategias/>>. Acesso em: 20 de março de 2022.

SP ALCANÇA O SEGUNDO LUGAR EM MRANKING MUNDIAL DE VACINAÇÃO. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/sp-alanca-o-segundo-lugar-em-ranking-mundial-de-vacinacao-2>> Acesso em: 20 de abril de 2022.

TERMO DE PESQUISA IFOOD. **Google Trends.** Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=ifood>>. Acesso em: 22 abril de 2022

"O conteúdo expresso no trabalho é de inteira responsabilidade do(s) autor(es)."