Varejo de alimentos e o uso de aplicativos de entrega:
desafios para se reinventar com a crise mundial da Covid-19

Resumo

O varejo de alimentos tem passado por muitas transformações, principalmente com as novas tecnologias, que modificaram os sistemas de pedido por *delivery*. No contexto da pandemia mundial da Covid-19, os processos nesse segmento de varejo tiveram que passar por várias adaptações. Esta pesquisa pretende discutir as mudanças nas estratégias de operação de restaurantes em uma cidade de médio porte do Sul do país, com a utilização de aplicativos de entrega a partir da referida crise. Para isso será realizada uma pesquisa dentro das abordagens qualitativa e quantitativa, do tipo exploratória e descritiva, com realização de entrevistas e aplicação de questionários, com o objetivo de compreender como essas modificações alteram o varejo de serviços dos restaurantes e traçar um panorama desse mercado a partir do novo cenário. Os primeiros resultados apontam para aumento do uso de aplicativos, sendo em alguns casos o principal canal de entrega e responsável por mais de 50% do faturamento mensal.

Palavras-chave: Varejo; Restaurantes; Aplicativos de Entrega.

1. Introdução

O varejo tem passado por muitas mudanças, mas sem dúvidas a maior delas foi o advento das novas tecnologias que fez com que o mercado varejista alterasse praticamente todos os seus processos, desde o sistema de compra, gestão de pessoal, até a forma de comunicação, canais de distribuição e principalmente, o atendimento ao cliente. Para Parente (2010), os formatos de varejo se modificaram, abrindo espaço para novos modelos, que são mais eficientes e que se adequam às novas necessidades do consumidor.

Os restaurantes são considerados serviços e estão dentro do segmento de varejo. Esse setor também foi impactado pelas novas tecnologias, principalmente no que diz respeito aos hábitos de consumo, pois a comodidade de receber comida em casa, que já existia, passou a ser ainda mais demandada com a utilização dos aplicativos de entrega.

Conforme dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2019), o setor de *food service* tem crescido, com faturamento de R$ 172,6 bilhões em 2018, com um aumento de 4,8% em relação a 2017, com uma perspectiva de crescimento em 15% (EXAME, 2019), já que há uma diminuição de pedidos por telefone, aumentando a demanda nos aplicativos.

Apesar da crise mundial da Covid-19, há um registro significativo do aumento de pedidos de comida pelos aplicativos (HUFFPOSTBRASIL, 2020), assim como o investimento das plataformas em sistemas de segurança. Na cidade da pesquisa, dados da ABRASEL mostram que 82% dos estabelecimentos estão atendendo por entrega e 18% não estão funcionando, no período do isolamento social na cidade (MARINGA POST, 2020).

Nesse contexto, o objetivo da pesquisa é analisar o impacto da utilização dos aplicativos de entrega de comida nos restaurantes em uma cidade de médio porte no Sul do país, identificando como os restaurantes utilizam os aplicativos; quais aplicativos mais utilizados; quais as principais mudanças a partir do uso do aplicativo; como as plataformas de aplicativos estão investindo nas entregas nesse período; e como os consumidores estão se comportando dentro desse cenário de entrega por aplicativo.

2. Referencial Teórico

Levy e Weitz (2000) consideram varejistas, todas as instituições cuja principal atividade consiste na venda de produtos e serviços de uso pessoal ou familiar aos consumidores com a conveniência de tempo e lugar para a aquisição de produtos. De acordo com Gouveia *et al*. (2011) a consolidação de uma empresa no mercado depende da satisfação do consumidor e de como será atendido. Esta experiência positiva do cliente com o atendimento pode ser vista como diferencial e possivelmente ficará gravada na mente dos consumidores.

A conexão entre inovação e competitividade aponta como uma importante estratégia ao varejo, sobretudo no contexto brasileiro, dado o histórico de fragilidades quanto à problemas econômicos e políticos (BOTELHO; GUISSONI, 2016). Desta forma, a inovação em práticas mercadológicas pode influenciar os resultados das instituições varejistas, orientadas pelo avanço tecnológico e pelas mudanças quanto ao comportamento de compra, este último, fortemente impulsionado por dispositivos e por mídias sociais.

O sistema de entrega por *delivery* que já existia foi ampliado com utilização dos *apps* de entrega, propiciado pelas mudanças no comportamento de consumo, já que com o acesso aos *smartphones* e com as transações via *mobile*, os hábitos de compra foram modificados e os restaurantes precisaram se adaptar a essa nova realidade.

3. Método

A pesquisa está na fase inicial, tendo quatro etapas e foi elaborada dentro das abordagens qualitativas e quantitativas, de natureza exploratória e descritiva. Na primeira fase foram realizadas dez entrevistas com gestores dos restaurantes. Na segunda etapa serão entrevistados gestores de duas empresas de *apps* de entrega de comida; também serão entrevistados dez entregadores e dez consumidores que utilizam esses *apps.* As entrevistas serão transcritas e posteriormente interpretadas por meio de análise de conteúdo conforme Bauer e Gaskell (2008).

Partindo para a pesquisa quantitativa, serão aplicados por meio do *Google Forms*, 490 questionários destinados aos consumidores desses *apps*. Na quarta fase serão aplicados 40 questionários aos restaurantes ligados a ABRASEL na cidade. Além disso, serão coletados dados secundários, por meio de levantamentos de dados econômicos nesse segmento.

As análises quantitativas serão feitas com auxílio do SPSS, tendo como objetivo a partir dos resultados, a elaboração de um panorama desse mercado por meio dos gráficos gerados e das respostas dos entrevistados.

4. Resultados e Discussão

Os primeiros resultados a partir das entrevistas com os gestores de restaurantes, mostram um aumento significativo do uso dos *apps* de entrega de comida, sendo em alguns casos, eles são responsáveis por mais de 50% do faturamento, chegando até 90%. Os gestores acreditam que esse canal é vantajoso principalmente por conta da publicidade e da praticidade, sendo a principal desvantagem observada, a porcentagem paga as plataformas dos *apps.* Os gestores acreditam que esse canal de entrega será ampliado, mesmo após a normalização e contenção da pandemia da Covid-19*,* e que os consumidores se adaptarão a esse novo modelo, já que há funcionalidade será um dos fatores que definirão essa tendência.

5. Conclusão

Como resultados esperados dessa pesquisa, pretende-se realizar um mapeamento das empresas que utilizam os aplicativos de entrega de comida, as mudanças observadas a partir desse novo canal de entrega e a descrição do perfil dos consumidores, compreendendo seus comportamentos com a utilização desse canal de entrega.

Por meio desses dados que serão levantados será possível ampliar o entendimento do varejo no segmento de restaurantes com as mudanças advindas da tecnologia dos dispositivos mobile com a utilização desses aplicativos e a partir daí traçar novos formatos e estratégias mercadológicas para melhoria do atendimento a esse novo consumidor a partir da crise.

Referências

ABRASEL. **Foodservice brasileiro segue tendência de crescimento**. Disponível em: < https://ba.abrasel.com.br/noticias/noticias/pesquisa-crest-foodservice-brasileiro-segue-tendencia-de-crescimento/> Acesso em 08 Jul, 2019.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto**: imagem e som: manual prático. 7 ed. Petropólis, RJ: Vozes, 2008.

BOTELHO, Delane; GUISSONI, Leandro. Varejo: competitividade e inovação. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 6, p. 596-599, 2016.

EXAME. **Com apetite de unicórnio, ifood quer se reinventar**. Disponível em: < https://exame.abril.com.br/revista-exame/com-apetite-de-unicornio/ > Acesso em: 01 Jul 2019.

GOUVEIA, F. S. et al. O marketing e sua importância para o varejo. **Revista científica do ITPAC**. v.4, n.1. p.30, jan. 2011. Disponível em: <http://www.itpac.br/arquivos/Revista/41/4.pdf>
Acesso em: 03 jul. 2020.

HUFFSPOTBRASIL. **Cononavírus impulsiona delivery no Brasil e muda rotina de restaurantes e consumidores.** Disponível em: < https://www.huffpostbrasil.com/entry/delivery-comida-coronavirus_br_5e6fcd76c5b63c3b6482a20a> Acesso em 20 Jun 2020.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. **Administração de varejo.** São Paulo: Atlas, 2000.

MARINGA POST. **Faturamento do setor de alimentação fora do lar em Maringá caiu 76%, diz pesquisa da Abrasel.** Disponível em: <https://maringapost.com.br/negocios/2020/04/30/faturamento-do-setor-de-alimentacao-fora-do-lar-em-maringa-caiu-76-diz-pesquisa-da-abrasel/> Acesso em 20 Jun 2020.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil**: Gestão e estratégia. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.