

9º SIMPÓSIO da Pós-Graduação


 ISSN
2319-0124

COMÉRCIO MOBILE: estudo sobre o uso do aplicativo iFood em estabelecimentos da cidade de Varginha/MG

José Agnaldo MONTESSO Júnior¹; Aline Pereira Sales MOREL²

RESUMO

Este relato de pesquisa é resultado do Trabalho de Conclusão do Curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Negócios, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais – Campus Três Corações. Teve por objetivo analisar o uso do aplicativo iFood em estabelecimentos do ramo alimentício em Varginha/MG, destacando vantagens e desvantagens associadas a esta utilização. Foram consultadas 26 empresas que utilizam o aplicativo, por meio de formulários estruturados e de entrevistas gravadas. Verificou-se que elas obtiveram um aumento de vendas e na receita líquida, sendo os aspectos de maior satisfação a desburocratização para implementação, a facilidade de gerenciamento e os benefícios operacionais (eficiência e produtividade). Entre as limitações ou pontos de menor satisfação destacaram-se o baixo conhecimento e utilização do aplicativo pela população e a necessidade de maior publicidade, bem como suporte e treinamento, tarifas aplicadas e *feedback* para clientes. Conclui-se que as mudanças provocadas pelo modelo de Economia Compartilhada tendem a se acelerar, impulsionadas por avanços nos dispositivos e demandas de consumidores.

Palavras-chave:

Delivery de alimentos; Economia compartilhada; Gestão.

1. INTRODUÇÃO

Os hábitos de consumo estão sofrendo uma revolução, dentre eles a forma com que as pessoas solicitam comida em casa, o que se conhece como *delivery*. Os avanços da tecnologia de comunicação e informação com o desenvolvimento dos *smartphones*, tornaram possível a criação de aplicativos online de entrega de comida em casa, que tem sido usados pelo público. Para se ter uma ideia, este mercado fechou 2018 com um faturamento de R\$ 11 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2019).

Atualmente, um dos principais *apps* desta área no Brasil é o iFood. Criado em 2011, ele chegou a 20 milhões de entregas por mês em junho de 2019, uma média de 667 mil pedidos diários, mais de sete pedidos por segundo. São cerca de 100 mil estabelecimentos cadastrados em 662 cidades do Brasil (GOMES, 2019).

Neste contexto, tem-se como objetivo geral: analisar o uso do aplicativo iFood em estabelecimentos do ramo alimentício em Varginha/MG, destacando vantagens e desvantagens associadas a esta utilização, como impacto nas vendas, na empregabilidade, na receita líquida e na concorrência.

¹ Pós-graduado em Gestão Estratégica de Negócios pelo Instituto Federal do Sul de Minas – Campus Três Corações. E-mail: agnaldomontesso@gmail.com.

² Professora do Programa de Pós-Graduação Gestão Estratégica de Negócios pelo Instituto Federal do Sul de Minas – Campus Três Corações. E-mail: aline.morel@ifsuldeminas.edu.br.

Dada a expressividade deste novo modelo de negócio no mercado atual e sua influência sobre as mudanças no comportamento de consumo da sociedade e das políticas e estratégias de gestão, estudos como esse se fazem relevantes. Para as organizações, o estudo servirá como reflexão sobre as práticas desenvolvidas e possíveis apontamentos para melhoria das funcionalidades.

Ainda, é importante frisar que, por se tratar de um tema relativamente emergente, há poucos estudos nacionais sobre a temática disponíveis na literatura, como Adam (2019), Bastos (2018), Silva, Silva e Paladini (2018) e Souza (2018), o que faz com que essa pesquisa possa contribuir academicamente na geração de *insights* para futuras pesquisas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A relação entre compradores e empresas é, atualmente, marcada pela interação e interdependência. Neste contexto, canais de facilitação da comunicação e transação entre esses agentes, como os *apps*, ganharam destaque e promoveram uma revolução nas práticas de consumo tradicionais.

A esse respeito Moraes et al., (2014) afirmam que o aumento constante do uso do celular, inclusive para transações comerciais, e sua consolidação no cotidiano dos indivíduos, impõe que as empresas explorem e transformem esse objeto cultural em um ambiente comercial eficaz.

O amadurecimento deste processo e aumento do espaço para ocorrência dessas interações, proporcionadas especialmente pelo uso de aplicativos, levou à emergência de um novo modelo econômico, caracterizado justamente pelo compartilhamento de bens entre usuários. Na Economia Compartilhada, recursos físicos e humanos, como veículos, alimentos, serviços, informações, moradias, tecnologias, entre outros, podem ser compartilhados entre usuários dispostos a usufruir e oferecer tais itens (SILVA, SILVA & PALADINI, 2018).

Para Capozzi et al. (2018) é desta forma que empresas como Uber, Cabify e 99 Táxi obtiveram êxito ao utilizar este conceito no setor de transportes, assim como Airbnb e Trivago no setor de aluguéis e os aplicativos de delivery, como o iFood e Pedidos Já, no setor de alimentos (SILVA, SILVA & PALADINI, 2018). Desde então, estudiosos têm se debruçado para compreender as potencialidades e limitações deste tipo de modelo, assim como se propõe o presente estudo.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Utilizou-se o método de Estudo de Caso, de natureza aplicada, e objetivo descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. A coleta de dados aconteceu entre os dias 28 de agosto e 02 de setembro de 2019, sendo feita por meio de aplicação presencial e via telefone de formulários estruturados e pela gravação de entrevistas em áudio. A amostra final contou com 26 empresas participantes; sendo que 13 gestores participaram da fase qualitativa de entrevistas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados evidenciaram que o iFood ajudou boa parte das empresas pesquisadas a conquistarem novos clientes e expandirem a receita líquida. O *app* foi também uma oportunidade de maior visibilidade para empresas até então pouco conhecidas ou com atuação restrita às comunidades onde estão inseridas.

Todas as empresas da pesquisa, com exceção de uma (que ficou estagnada), tiveram uma alavancagem nas vendas com a utilização do *app*, corroborando os achados de Adam (2019). Porém, em Varginha/MG, este aumento (entre 5% e 10%) foi bem menor do que é divulgado pelo aplicativo (aumento médio de 50% nas vendas, logo nos primeiros meses após a implementação).

Mesmo com o crescimento, apenas três das empresas pesquisadas contrataram (entre uma e duas pessoas). As demais, mantiveram o número de funcionários, indicando que os empresários conseguiram otimizar os recursos, ganhando em produtividade e eficiência.

Em relação à receita líquida, os maiores percentuais obtidos variaram entre 5% e 10% positivos. Nenhuma empresa teve uma variação negativa após a implantação do iFood, o que indica que a lucratividade acompanhou o acréscimo nas vendas, também corroborando Adam (2019).

Buscando compreender qual a perspectiva dos gestores acerca das vantagens, desvantagens, riscos e custos associados ao uso do *app*, utilizou-se uma escala de satisfação. Entre os aspectos de maior satisfação destacam-se a desburocratização para implementação, a facilidade de gerenciamento e os benefícios operacionais (eficiência e produtividade). Entre as limitações ou pontos de menor satisfação têm-se o baixo conhecimento e utilização do *app* pela população, que se relaciona ao segundo fator, na perspectiva dos gestores, que é a necessidade de maior publicidade, bem como suporte e treinamento, tarifas aplicadas e *feedback* para clientes.

Por fim, ao avaliarem o iFood de uma maneira geral, os gestores deram uma nota média de 7,88. Os números demonstram uma avaliação positiva por parte dos gestores dos estabelecimentos, que consideraram o serviço como uma tendência, que será bastante comum em um curto espaço de tempo. Neste sentido, conforme ressaltado por Capozzi et al. (2018), já é possível perceber como a Economia Compartilhada está transformando alguns segmentos econômicos, promovendo uma reformulação das práticas tradicionais de negócio.

5. CONCLUSÕES

Em um cenário em que as novas gerações buscam praticidade e economicidade, que são oferecidas pelas empresas que se utilizam do molde da Economia Compartilhada, as mudanças provenientes desses novos modelos também tendem a se acelerar, impulsionadas pelos avanços nos dispositivos. Isso que requer flexibilidade e adaptabilidade dos gestores, de forma a fazer dessas tendências, oportunidades de vendas e lucratividade.

Do ponto de vista teórico, este trabalho possibilitou uma melhor compreensão sobre a Economia Compartilhada e como ela tem sido usada como modelo dos novos negócios que vêm sendo implementados, podendo ainda gerar *insights* para pesquisas futuras.

Ao buscar entender como este modelo vem sendo explorado em Varginha/MG, por meio do iFood, mostrou-se que muitos comerciantes estão se adaptando a estas mudanças e fazendo que o próprio público se adapte às inovações. Logo, do ponto de vista gerencial, este trabalho pode contribuir para a tomada de decisão de outros comerciantes da cidade e em outras partes do país, pois apresenta as vantagens e desvantagens percebidas por outros empresários que já usam o app nos negócios, além de fazer uma análise sobre as mudanças trazidas pela economia compartilhada e refletir sobre novas tendências.

REFERÊNCIAS

ABRASEL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. **Delivery movimenta R\$11 bilhões por ano**. Site Abrasel, mar. 2019. Disponível em: <<https://abrase.com.br/noticias/noticias/delivery-movimenta-r-11-bilhoes-por-ano-enquanto-franquias-de-alimentacao-diversificam-a-oferta-de-produtos/>>. Acesso em 10 jul. 2019.

ADAM, J. da S. **Estratégia de marketing com utilização de aplicativos de terceiros nas empresas**. 2019. 29p. Trabalho de conclusão de curso (Pós-Graduação). Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

BASTOS, A. C.B. **Marketing de Relacionamento: estudo sobre o gerenciamento de feedbacks online em restaurantes de São Luís no aplicativo iFood**. 2018. 58p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

CAPOZZI, A.; HAYASHI, G.; CHIZZOLA, R. Economia Compartilhada. **Boletim de inovação e sustentabilidade**. São Paulo, 2018, v. 1. Disponível em: <<https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/bisus2018-vol1-economia-compartilhada.pdf>>. Acesso em 26 out. 2019.

GOMES, H. S. **Haja fome! iFood recebe mais de 7 pedidos a cada segundo no Brasil**. UOL Tilt, ago. 2019. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/08/29/haja-fome-ifood-recebe-mais-de-7-pedidos-a-cada-segundo-no-brasil.htm>>. Acesso em 13 nov. 2019.

MORAES, A. C. S.; FERREIRA, J. B.; FREITAS, A.; GIOVANNINI, C. J.; SILVA, J. F. Compras via celular: a intenção de uso pelo consumidor. **Revista PRETEXTO**, v. 15, n. 1, p. 86-105, maio 2014. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/2151>>. Acesso em 27 out. 2019.

SILVA, R. P.; SILVA, L. G. P.; PALADINI, E. P. Economia Compartilhada: Gestão da qualidade aplicado a uma empresa do ramo de delivery de comida. **Revista PRETEXTO**, v. 19, n. 2, p. 66-75, abril a junho de 2018. Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/5299>>. Acesso em 27 out. 2019.

SOUZA, F. R. M. **O uso do delivery virtual pelo restaurante Picanha & Etc**. 2018. 26p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.