



**INSTITUTO
FEDERAL**

Brasília

Instituto Federal de Brasília

Campus Gama

Curso Superior de Tecnologia em Alimentos

PATRÍCIA OLIVEIRA CAMPOS

SISTEMA DE *DELIVERY* EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO GAMA-DF:
Práticas e percepções de proprietários e entregadores antes e durante a pandemia
de Covid-19

Brasília
2022

PATRÍCIA OLIVEIRA CAMPOS

SISTEMA DE *DELIVERY* EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO GAMA-DF:
Práticas e percepções de proprietários e entregadores antes e durante a pandemia
de Covid-19

Monografia apresentada ao Curso Superior em Tecnologia em Alimentos do *Campus* Gama do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Tecnóloga em Alimentos.

Orientadora: Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon

Brasília
2022



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

PARECER 7/2022 - GA-GRAD-TA/CGEN/DREP/DGGA/IFBRASILIA de 9 de fevereiro de 2022

PATRÍCIA OLIVEIRA CAMPOS

SISTEMA DE DELIVERY EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO GAMA-DF:

Práticas e percepções de proprietários e entregadores antes e durante a pandemia de Covid-19

Monografia apresentada ao Curso Superior de Tecnologia em Alimentos do *Campus* Gama do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção de título de Tecnóloga em Alimentos.

Aprovado em 09 de fevereiro de 2022

BANCA EXAMINADORA

(Assinado eletronicamente)

Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon – Orientadora

IFB – Campus Gama

(Assinado eletronicamente)

Prof. Dr. Luís Cláudio Martins de Moura – Membro Interno

IFB – Campus Gama

Vitor Teixeira de Miranda

Prof. Esp. Vitor Teixeira de Miranda – Membro Externo

Uniceplac e Senac-DF

TRIO NUTRI CONSULTORIA EM
ALIMENTAÇÃO EIRELI:23539710000190

Assinado de forma digital por TRIO NUTRI CONSULTORIA
EM ALIMENTAÇÃO EIRELI:23539710000190
Dados: 2022.02.11 11:32:11 -03'00'

Documento assinado eletronicamente por:

- **Luis Claudio Martins de Moura**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 09/02/2022 19:47:16.
- **Mariana Schievano Danelon**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 09/02/2022 19:46:02.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 06/02/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 349427

Código de Autenticação: af1cb59200



Campus Gama
Lote 01, DF 480, Setor de Múltiplas
Atividades, GAMA / DF, CEP 72.429-005

CIP — Catalogação na Publicação

C198s Campos, Patrícia Oliveira

Sistema de *delivery* em serviços de alimentação do Gama - DF: práticas e percepções de proprietários e entregadores antes e durante a pandemia de Covid – 19 / Patrícia Oliveira Campos; orientação Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon. — Brasília, 2022

78 f.

Orientadora: Profa. Dra. Mariana Schievano Danelon.

Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação — Tecnológico em Alimentos) — Instituto Federal de Brasília, Campus Gama, 2022.

1. Adaptação. 2. Covid-19. 3. *Delivery*. 4. *Food service*. 5. Gestão I. Danelon, Mariana Schievano orient. II. Título.

658.879(817.4)

Elaborado com os dados fornecidos pelo (a) autor (a), sob a
responsabilidade do bibliotecário Daniel R. Guimarães — CRB/1ª
2961.

Agradeço a Deus por essa conquista.

Dedico a minha família, meus filhos e a todos aqueles que torceram por mim e me incentivaram a não desistir.

AGRADECIMENTOS

Minha eterna gratidão a Deus e a Nossa Senhora Aparecida, por terem me guiado e transformado esse sonho em realidade.

Ao meu esposo Alan por sempre acreditar em meu potencial, me dando forças para buscar meu crescimento, aos meus filhos Kauan e Yasmin por estarem ao meu lado, fazendo com que eu queira buscar o melhor para nós, meus queridos avós Mário e Terezinha por sempre me ajudarem, meu Pai Carlos por toda ajuda prestada durante a pesquisa.

Agradeço em especial a minha orientadora Dr^a. Mariana Schievano Danelon pelo apoio durante essa caminhada, cujo ensinamento foi, é e será de grande valia para o meu futuro acadêmico e profissional.

Aos estudantes do curso técnico de alimentos Gabrielly Cristinny e João Pedro, pelo auxílio na coleta de dados e aos proprietários e motoboys, que participaram de forma voluntária na pesquisa.

Por fim, ao Instituto Federal de Brasília – *Campus* Gama, por todo acolhimento e ajuda que foram prestados a mim enquanto aluna, me sinto honrada por ter feito parte dessa instituição, que leva tantas oportunidades às pessoas.

RESUMO

Delivery, palavra em inglês utilizada para o serviço de entregas, vinha sendo uma estratégia bastante utilizada em serviços de alimentação. Com a pandemia global de Covid-19 e a necessidade de distanciamento social, o *delivery* de alimentos tornou-se fundamental e muitos estabelecimentos tiveram de se adaptar para ofertar este tipo de serviço. A presente pesquisa teve como objetivo analisar as práticas e percepções de proprietários e de entregadores de lanchonetes, restaurantes, panificadoras e pizzarias localizados na região administrativa do Gama - DF e que utilizam o serviço de *delivery*. Foram utilizados questionários específicos para entrevistar 15 proprietários e 16 entregadores. Entre os resultados, para implantação do *delivery*, os proprietários citaram como dificuldades a contratação de entregadores, fornecedores de embalagens que sejam adequadas para esse sistema, adaptação do preço e comunicação com o cliente. De forma geral, os proprietários possuem uma percepção positiva sobre o sistema de *delivery* e sobre a utilização dos aplicativos para realização dos pedidos. 80% dos estabelecimentos já adotavam o *delivery* antes da pandemia e a quase totalidade precisou fazer adaptações por conta das restrições trazidas pela Covid-19, como a contratação de mais pessoal, adoção de protocolos de higiene e a disponibilização de novos canais de contato com os clientes. Comparando os cenários antes e durante a pandemia, em 50% dos locais houve aumento da participação do *delivery* nas vendas. Antes da pandemia, a forma de contato mais utilizada pelos consumidores era o telefone fixo; com a pandemia passou a ser os aplicativos. Os entregadores revelaram que com a pandemia passaram a trabalhar mais horas por dia e mais dias por semana, e o número de entregas por dia e a remuneração aumentaram ligeiramente. Passada a pandemia, os proprietários pretendem manter o sistema de *delivery* no mesmo formato atual. Espera-se que os resultados da pesquisa possam servir de subsídios para os estabelecimentos na adequação de seus serviços e no atendimento às necessidades e expectativas do seu público e de potenciais clientes.

Palavras-chave: adaptação; Covid-19; *delivery*; *food service*; gestão.

ABSTRACT

Delivery has been a strategy widely used in food services. With the global Covid-19 pandemic and the need for social distancing, food delivery has become essential and many establishments have to adapt this type of service. The present research aimed to analyze the practices and perceptions of owners and delivery men of snack bars, restaurants, bakeries and pizzerias located in the administrative region of Gama - DF that use the delivery service. Specific questionnaires were used to interview 15 owners and 16 delivery men. Among the results, for the implementation of delivery, the owners mentioned as difficulties the hiring of delivery people, specific packaging suppliers, price adaptation and communication with the customer. In general, the owners have a positive perception of the delivery system and the use of applications to place orders. 80% of establishments already adopted delivery before the pandemic and almost all had to make adaptations due to the restrictions brought by Covid-19, such as hiring more staff, adopting hygiene protocols and providing new channels of contact with the customers. Comparing the scenarios before and during the pandemic, in 50% of the places there was an increase in the share of delivery in sales. Before the pandemic, the most used form of contact by consumers was the landline; with the pandemic, it became mobile applications. Delivery men revealed that with the pandemic they started to work more hours a day and more days a week, and the number of deliveries per day and remuneration increased slightly. After the pandemic, the owners intend to keep the delivery system in the same current format. It is hoped that the research results can serve as subsidies for establishments in the adequacy of their services and in meeting the needs and expectations of their public and potential customers.

Keywords: adaptation; Covid-19; delivery; food service; management.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráficos

Gráfico 1 - Percepção dos proprietários 36

Gráfico 2 - Formas de contato do cliente com os estabelecimentos 37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Variáveis socioeconômicas dos proprietários e entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF	32
Tabela 2 - Percepção dos proprietários sobre as motivações para trabalhar com o sistema de delivery antes da pandemia, Gama-DF, 2022	34
Tabela 3 - Percepção dos proprietários sobre as adaptações realizadas no sistema de delivery com a pandemia de Covid-19, Gama-DF, 2022	35
Tabela 4 - Percepção dos proprietários sobre as dificuldades na implantação do sistema de delivery, Gama-DF, 2022	39
Tabela 5 - Percepção dos proprietários sobre as desvantagens na adoção do sistema de delivery pelos serviços de alimentação, Gama-DF, 2022	41
Tabela 6 - Percepção dos proprietários sobre as vantagens na adoção do sistema de delivery pelos serviços de alimentação, Gama-DF, 2022	42
Tabela 7 - Percepções dos proprietários de serviços de alimentação do Gama-DF em relação ao uso de aplicativos no sistema de delivery	43
Tabela 8 - Percepção dos proprietários de serviços de alimentação sobre diferentes aspectos do sistema de delivery, Gama-DF, 2022	45
Tabela 9 - Percepção dos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF sobre a rotina de trabalho com a pandemia de Covid-19	47
Tabela 10 - Percepção dos entregadores sobre as motivações para atuarem no sistema de delivery com a pandemia, Gama-DF, 2022	48
Tabela 11 - Vínculo empregatício dos entregadores com a empresa na qual a pesquisa foi realizada, Gama-DF, 2022	49
Tabela 12 - Práticas da rotina dos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF, no momento de realização da pesquisa, em janeiro de 2022	50
Tabela 13 - Benefícios e dificuldades percebidas pelos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF, 2022	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

APP – Aplicativo

CNN - Cable News Network

DF - Distrito Federal

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística

IFB - Instituto Federal de Brasília

OMS - Organização Mundial da Saúde

OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde

SARS-COV-2 - Coronavírus de Síndrome Respiratória Aguda Grave 2

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	15
2.	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	17
2.1	A pandemia de Covid-19	17
2.2	O setor de serviços de alimentação no Brasil antes da pandemia de Covid-19	19
2.3	O sistema de <i>delivery</i> antes da pandemia de Covid-19	20
2.4	O setor de serviços de alimentação com a pandemia de Covid-19	24
2.5	O sistema de <i>delivery</i> com a pandemia de Covid-19	25
3.	OBJETIVOS	27
3.1	Objetivo Geral	27
3.2	Objetivos Específicos	27
4.	MATERIAL E MÉTODOS	28
4.1	Local da pesquisa e população de estudo	28
4.2	Instrumentos utilizados no estudo	29
4.3	Pré-teste dos instrumentos utilizados	29
4.4	Coleta e análise dos dados	29
5.	RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
5.1	Perfil dos entrevistados	31
5.2	Práticas e percepções dos proprietários	33
5.2.1	Resultados das entrevistas com os proprietários que já adotavam o sistema de <i>delivery</i> antes da pandemia de Covid-19	33
5.2.2	Práticas e percepções dos proprietários, independentemente do momento de implantação do sistema de <i>delivery</i>	38
5.3	Práticas e percepções dos entregadores	46
5.3.1	Resultados das entrevistas com os profissionais que já realizavam entregas antes da pandemia de Covid-19	46
5.3.2	Práticas e percepções dos entregadores no momento de realização das entrevistas	48
6.	CONCLUSÃO	54
	REFERÊNCIAS	56
	APÊNDICE A – MODELO PARA SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO NOS ESTABELECIMENTOS	60

APÊNDICE B – TCLE PARA PROPRIETÁRIOS/GERENTES E PARA ENTREGADORES	61
APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS PROPRIETÁRIOS/GERENTES	62
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS ENTREGADORES	71

1. INTRODUÇÃO

Em 2020, um novo coronavírus foi identificado como responsável por doença letal que passou a ser denominada *Covid-19*. A disseminação rápida do vírus para várias regiões geográficas do mundo fez com que a Organização Mundial da Saúde decretasse situação de pandemia, o que levou diversos países, incluindo o Brasil, a adotar protocolos sanitários específicos e medidas de restrição na tentativa de conter a disseminação do vírus. No Distrito Federal, desde março de 2020 foram vários decretos estabelecendo restrições ao funcionamento de serviços não essenciais, *lockdown*, toque de recolher e, durante esse período, vários setores da economia tiveram suas atividades paralisadas ou com funcionamento prejudicado. Entre esses setores inclui-se o de serviços de alimentação.

Este setor, também chamado de *food service*, é composto por uma ampla diversidade de estabelecimentos que servem refeições fora do domicílio, como restaurantes comerciais, lanchonetes, bares, pizzarias, hamburguerias, churrascarias, redes de *fast food*, refeições institucionais servidas em escolas e presídios, serviço de *catering*, entre outros.

Até o início da pandemia, o setor vinha apresentando um crescimento anual de cerca de 10%, impulsionado pela proporção cada vez maior da população que optava ou precisava realizar as refeições fora de casa e pela incorporação de novas tecnologias, técnicas de gerenciamento e novas formas de chegar ao cliente. Uma dessas formas é o sistema de *delivery*, que possibilita aos estabelecimentos entregar a seus clientes uma variedade de produtos, sem que estes precisem sair de casa. O consumidor pode realizar seus pedidos por meio de ligação, aplicativo de mensagens (como o *WhatsApp*), além de sites e aplicativos específicos que reúnem vários estabelecimentos na mesma plataforma (como o *iFood* e o *Rappi*).

Do ponto de vista do proprietário do serviço de alimentação, o *delivery* compreende um novo formato de contato com o cliente, com sistemática de gestão própria, o que acaba trazendo dificuldades, mas também vantagens e novas possibilidades de expansão das vendas. Para o consumidor, o *delivery* traz praticidade, economia de tempo, conforto e representa uma nova forma de interação deste com o estabelecimento. E um dos atores mais importantes neste sistema é o entregador, profissional que presta serviço para a empresa e realiza a entrega dos

pedidos, para o qual o *delivery* representa uma oportunidade de emprego e de geração de renda.

Com a pandemia, os serviços de alimentação, assim como outros setores da economia, enfrentaram dificuldades para seguir em funcionamento. Uma das alternativas encontradas para evitar a falência de muitos estabelecimentos e para atender àquele consumidor que se manteve em isolamento social foi o sistema de *delivery*. A sua utilização cresceu com o avanço do período de pandemia e, provavelmente, os estabelecimentos devem ter precisado se adaptar para atender à demanda crescente.

Na região administrativa do Gama, Distrito Federal, região de pequeno porte populacional, não foram encontradas informações na literatura sobre o funcionamento do sistema de *delivery* em serviços de alimentação da região, tanto antes da pandemia quanto durante este cenário. Visando trazer informações sobre esse setor na referida região administrativa é que se propôs a presente pesquisa. A hipótese é a de que com a pandemia os estabelecimentos do Gama-DF devem ter ampliado a oferta do serviço de *delivery* e, para viabilizar tal processo, devem ter passado por adaptações em termos de estrutura, gestão, seleção de plataformas para contato do cliente, publicidade e *marketing*, entre outros aspectos.

Propôs-se estudar dois elos da cadeia: o proprietário do serviço de alimentação ou gerente por ele designado e os entregadores. Junto aos proprietários será possível entender as percepções e práticas adotadas desde a implementação do sistema de *delivery* na empresa até as modificações que foram necessárias por conta da pandemia de *Covid-19*. Já os entregadores representam a forma de contato da empresa com o cliente, auxiliando a construir, para o consumidor, a imagem do estabelecimento e a qualidade do produto por ele ofertado. Entender as percepções e práticas desses atores pode ser relevante, por exemplo, para outros estabelecimentos que desejem ou necessitem diversificar suas estratégias de vendas.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 A pandemia de Covid-19

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde - OMS foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China, e que se tratava de uma nova cepa de coronavírus que não havia sido identificada antes em seres humanos. O novo coronavírus recebeu o nome de SARS-CoV-2 em fevereiro de 2020 e é responsável por causar a doença Covid-19, caracterizada em 11 de março de 2020 pela OMS como uma pandemia, ou seja, com surtos em vários países e regiões do mundo (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE - OPAS, 2022).

No Brasil, foi identificada a primeira contaminação pelo novo coronavírus no final de fevereiro de 2020 e, em março, houve a primeira morte pela doença e foi declarada transmissão comunitária no território nacional, com orientação de isolamento domiciliar por duas semanas de pessoas com sintomas e das que moravam no mesmo espaço de quem apresentou sinais da infecção, e determinação de isolamento mediante prescrição médica em caso de confirmação da doença (AGÊNCIA BRASIL, 2021a).

Ainda em março, o governador do Distrito Federal, Ibaneis Rocha, assinou o Decreto no. 40.520, com a suspensão de eventos e atividades educacionais e a restrição para o funcionamento de bares e restaurantes. Dias depois, novo Decreto determinou o fechamento de shoppings, parques, boates, casas noturnas, feiras, clubes recreativos e zoológico (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2021).

Nos dias seguintes, vários decretos foram editados em sequência na tentativa de evitar o avanço da Covid-19 no DF. Até o fim de março de 2020, as atividades econômicas foram fechadas aos poucos e o teletrabalho passou a ser adotado em órgãos públicos. No final de abril, foi determinada a obrigatoriedade do uso de máscaras em todos os espaços públicos, equipamentos de transporte público coletivo e estabelecimentos comerciais, industriais e de serviço. Com base na taxa de transmissão e na média de casos, as atividades econômicas foram reabertas de forma gradual a partir de 7 de julho de 2020. Em meados de novembro, porém, observou-se um novo crescimento acentuado na média de casos e foram cancelados o Réveillon 2020 e o Carnaval 2021 na capital federal (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2021).

No final de fevereiro de 2021, com o aumento dos casos, vieram novas restrições, com a suspensão temporária de atividades em estabelecimentos comerciais e industriais e, dias depois, o estabelecimento do toque de recolher entre 22h e 5h. No início de setembro, o governo distrital anunciou o fim do toque de recolher e da restrição de horário para comércio, eventos e venda de bebidas alcoólicas. Até então, o recolhimento noturno era obrigatório de 1h às 5h e os estabelecimentos deveriam fechar até meia-noite. No final de novembro, deixou de ser obrigatório o uso de máscaras em espaços abertos.

Com o avanço da vacinação e a queda nos óbitos e internações, as restrições à abertura dos serviços foram sendo flexibilizadas gradativamente no Distrito Federal e atualmente as lojas de comércio, bares, restaurantes, lanchonetes, shopping centers entre outros podem funcionar de acordo com os horários estabelecidos no alvará de cada estabelecimento, desde que cumpram as medidas sanitárias de prevenção à Covid-19, que incluem a utilização de máscara facial, higienização dos ambientes e distanciamento social e uso de álcool em gel. No entanto, a descoberta de novas variantes ainda faz com que a situação de pandemia traga preocupação para a população e que o retorno à normalidade pareça ainda muito distante.

Além da situação dramática vivenciada no País em termos de número de pessoas infectadas e óbitos por conta da Covid-19, a pandemia trouxe profundos impactos econômicos, com diversos setores da economia sendo afetados. Entre esses setores, o de alimentos, envolvendo o setor de produção industrial e o de serviços destinados ao consumidor final, sofreu os impactos da pandemia e precisou passar por adaptações para manter o funcionamento, ainda que de forma reduzida e sofrendo restrições, visando garantir o acesso da população à alimentação.

Como o objeto de estudo deste trabalho foi o setor de serviços de alimentação, esta revisão de literatura foi estruturada para trazer um panorama deste setor antes e após a pandemia de Covid-19.

2.2 O setor de serviços de alimentação no Brasil antes da pandemia de Covid-19

O setor de serviços de alimentação, ou *food service*, compreende uma ampla categoria de estabelecimentos que produzem, transportam, distribuem e servem alimentos preparados para consumo, envolvendo desde restaurantes, bares, lanchonetes, redes de *fast food*, cafeterias, pizzarias, padarias, hamburguerias, entre outros estabelecimentos comerciais, até aqueles institucionais, onde são servidas refeições, como hospitais, prisões e escolas (CÔNSOLI, 2009).

Até o início da pandemia, o setor vinha apresentando crescimento ao longo das últimas décadas, buscando atender a uma proporção cada vez maior da população que optava ou precisava realizar as refeições fora de casa. Esse fenômeno vinha ocorrendo em vários países, como nos Estados Unidos, onde a parcela dos gastos com alimentação fora do domicílio já alcançava, em 2010, 41,3% do total dos gastos com alimentação e em Taiwan, onde este tipo de dispêndio passou de 6% para 26% do total destinado à alimentação entre 1983 e 2000 (KENG; LIN, 2005; LIU; KASTERIDIS; YEN, 2013).

No Brasil, a despesa mensal com alimentação fora do domicílio passou de 24,1% em 2002-2003 para 32,8% dos gastos com consumo alimentar em 2017-2018, aumento de cerca de 30% durante esse período. Em 2008-2009, verificou-se que a aquisição de alimentos fora do lar era mais frequente entre os homens e entre indivíduos adultos (em comparação a idosos e adolescentes) e que os locais mais frequentados foram lanchonetes (16,9%) e restaurantes (16,4%) (BEZERRA et al., 2017; INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2010; 2019).

Entre os motivos que influenciaram no aumento da demanda por refeições fora de casa no País destacam-se o aumento da população urbana, a maior participação da mulher no mercado de trabalho, redução de filhos por família, aumento de renda da classe média, aumento de pessoas que moram sozinhas e a diminuição de habitantes por residência. Mais recentemente, a expansão do setor de *food service* vinha sendo atribuída a mudanças no estilo de vida da população, com demanda para uma alimentação mais conveniente e prática, à comunicação por meio das mídias sociais, às inovações e novos formatos de negócios e ao sistema

de *delivery* (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS - ABIA, 2022; GABRIELA et al, 2015).

Essa demanda por refeições prontas para o consumo promoveu o aumento do número de estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar e trouxe a diversificação de seus serviços, com destaque para o crescimento no número de restaurantes, lojas de conveniência, franquias, padarias com serviços variados, entre outros (BEZERRA et al., 2017).

Enquanto em 1995 o setor possuía um faturamento de R\$ 11,7 bilhões, em 2019 as vendas totalizaram R\$ 184,7 bilhões no Brasil. No período 2009-2019, houve expansão anual do setor de 11%, em média. Até o início da pandemia, o setor possuía mais de 1,3 milhão de estabelecimentos no País e vinha sendo aquele que mais empregava, contando com 1,61 milhão de empregos diretos, o que representava 26,8% dos empregos da indústria de transformação. Porém, o número de falências também tem sido elevado no setor: estima-se que 35% dos bares e restaurantes fechem as portas em até dois anos de atuação, o que revela a importância de conhecer profundamente o setor e realizar um rigoroso controle de qualidade dos serviços prestados (ABIA, 2022; LEITE; BARAKAT; STOCKER, 2021).

Entre os canais de *food service*, os restaurantes comerciais correspondiam, em 2008, a quase $\frac{1}{4}$ do faturamento do setor, seguidos por padarias (14,7%), bares (12,9%), redes de *fast food* (11,9%) e lanchonetes (11,1%) (ABIA, 2008; CÔNSOLI, 2009).

Dentro do setor de serviços de alimentação, um segmento que já vinha apresentando expressivo crescimento, mesmo antes da pandemia, é o de *delivery* de alimentos e bebidas.

2.3 O sistema de *delivery* antes da pandemia de Covid-19

Delivery é a palavra em inglês que significa entrega, distribuição ou remessa e é compreendido como serviço de entrega de materiais, bens, serviços ou produtos a um determinado lugar, solicitados por meio de algum meio de comunicação. Medicamentos, bebidas, produtos de supermercados e refeições estão entre os itens que tradicionalmente são incluídos neste tipo de serviço (BELTRÃO, 2019).

Possuir serviço de *delivery* pode representar uma estratégia interessante para os estabelecimentos de alimentos, porque possibilita a expansão da área de atendimento, o aumento das vendas e é uma forma de fidelização do cliente. Além disso, possibilita reduzir erros relacionados à anotação de pedidos ou de endereços; dispensa a necessidade de ter uma pessoa alocada para anotar os pedidos; aumenta a capacidade de recebimento de pedidos; possibilita facilitar o pagamento e gera rapidez no atendimento (BELTRÃO, 2019; SEBRAE, 2018).

Por outro lado, para que o serviço de *delivery* seja bem sucedido é necessário ter atenção a quesitos de qualidade: os alimentos não devem chegar frios ao cliente e devem ter boa aparência, a mais próxima possível daquela apresentada se a refeição fosse realizada no estabelecimento. Os materiais de embalagens devem ser planejados de acordo com o tipo de alimento e a forma de transporte (SEBRAE, 2018).

Entregas sem atraso, de forma ágil, também são um aspecto essencial (SEBRAE, 2018). Nesse sentido, o profissional que realiza as entregas dos pedidos de comida assume um papel fundamental. É o entregador que terá o contato mais próximo com o cliente no formato de *delivery* e representará a imagem do estabelecimento. Será, também, aquele para quem o cliente poderá fazer críticas ou elogios de forma mais rápida. O empresário do serviço de alimentação pode terceirizar o serviço de entrega ou pode contratar sua própria equipe para essa tarefa. Pesquisa realizada por Felix (2020) junto a entregadores verificou que a maioria trabalhava de forma autônoma. Seja o entregador um funcionário fixo da empresa ou um motoboy que trabalha sem carteira registrada e presta serviço somente quando a empresa necessita, é crucial que este colaborador receba capacitação para o correto exercício de sua profissão e para que transmita ao cliente uma imagem positiva da empresa (FELIX, 2020).

Outro aspecto essencial no sistema de *delivery* é a forma de contato do cliente com o estabelecimento de alimentos, que pode se dar por telefone, que é o modo mais tradicional, ou por site próprio da empresa, ou ainda, por meio do envio de e-mail. Estes estabelecimentos trabalham com uma estrutura completa de serviços de entrega a seus clientes, desde o pedido, passando pelo preparo da refeição, recebimento do pagamento e entrega do produto final. Com o surgimento das plataformas digitais, com o uso de aplicativos em *smartphones*, que passaram a ser populares no País a partir de meados dos anos 2000, os estabelecimentos

comerciais começaram a ter a opção de focar somente nas etapas de processamento dos alimentos, deixando a cargo das plataformas digitais os serviços de coleta dos pedidos, pagamento e monitoramento do processamento de entrega (PIGATTO et al., 2017).

As plataformas digitais para *delivery* em serviços de alimentação cresceram rapidamente no País, fruto, entre outros fatores, do aumento do poder aquisitivo das classes econômicas C e D, aumento da infraestrutura de telecomunicações e redução no custo dos *smartphones*. Em 2015, já existiam no mínimo 30 companhias que ofereciam plataformas *online* para *delivery* (PIGATTO et al., 2017).

Em 2015, a estimativa era a de que o chamado *mobile commerce*, comércio eletrônico realizado por dispositivos móveis, movimentaria U \$120 bilhões. Marcas de *fast food* como *China in the Box*, Habib's, Bob's e Pizza Hut adotaram ferramentas próprias e estão entre as pioneiras a utilizarem a tecnologia. Mas, existem outros aplicativos que abarcam diversas redes e empreendimentos isolados em várias cidades como: *iFood*, *Hellofood*, Restaurante *Web Delivery*, *Disk Cook*, *One Pizza*, Pedidos Já, entre outros (VERISSIMO et al., 2017).

Em outubro de 2017, a *iFood*, principal empresa do setor atuando no Brasil, alcançou 5 milhões de usuários ativos na plataforma e 6,2 milhões de pedidos mensais na América Latina, fechando aquele ano com 180% de crescimento. A empresa movimentou 4 bilhões de reais em negócios para os restaurantes parceiros e teve mais de 210 restaurantes com faturamento acima de 1 milhão de reais dentro da plataforma (BELTRÃO, 2019).

Além de benefícios para os proprietários de serviços de alimentação, o serviço de *delivery*, independentemente do meio de comunicação entre cliente e empresa utilizado, tem se mostrado cada vez mais atrativo para o consumidor. Em pesquisa conduzida em 2016 pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística - IBOPE, 56% dos usuários de serviços de *delivery* faziam pedidos semanais, sendo que destes, 32% realizavam pedidos no mínimo duas vezes por semana. O perfil de consumidor que mais solicitava refeições por *delivery* era o masculino (54%), indivíduos pertencentes à classe B (69%), à Região Sudeste (49%) e que conviviam com cônjuges e filhos (41%). Ainda de acordo com a pesquisa, os aplicativos para *smartphones* e a internet já representavam 38% dos pedidos, enquanto o telefone, meio mais antigo e tradicional, 62%. Entre aqueles que preferiam os meios digitais,

os principais motivos incluíam a facilidade de fazer o pedido (64%), o acesso ágil ao cardápio (55%) e não precisar falar com o atendente (51%) (RODRIGUES, 2016).

Beltrão (2019) menciona, ainda, outras vantagens para o consumidor em utilizar o sistema de *delivery* com o pedido por aplicativos, como: a possibilidade de experimentar novidades gastronômicas, o melhor planejamento do horário da refeição, a variedade de cardápios e de preços, a possibilidade de sanar necessidades pontuais (como de bebidas, sobremesas ou ingredientes), a disponibilidade de embalagens e utensílios que permitem um consumo imediato, a possibilidade do consumidor antecipar o orçamento dos custos de cada refeição e a oferta de vários meios de pagamento. Pigatto et al. (2017) destacam, também, que o *e-commerce* possibilita o acesso fácil e rápido às informações dos produtos e serviços, auxilia a localizar vendedores, favorece a comparação de preços e possibilita a recepção de ofertas personalizadas.

Há, também, desvantagens ou limitações do sistema de *delivery* de alimentos. Para o consumidor, o tempo de entrega e o tipo de embalagem podem fazer com que o produto apresente algumas características, como estrutura e temperatura, inferiores ao produto servido no próprio estabelecimento. Outro ponto negativo refere-se ao fato de que no restaurante possíveis demandas do cliente podem ser resolvidas quase que imediatamente, enquanto que no *delivery* o processo torna-se mais difícil, tendo em vista que muitas vezes o contato com o vendedor é mínimo e gasta-se muito mais tempo na solução de possíveis problemas (BELTRÃO, 2019).

Estudo canadense verificou que o *delivery online*, por meio de celular, ampliou substancialmente o acesso geográfico dos consumidores a diferentes estabelecimentos de alimentos. No entanto, chamou a atenção a baixa qualidade nutricional dos alimentos comercializados neste tipo de serviço: poucos itens dos cardápios apresentavam hortaliças, frutas ou grãos, havendo poucas possibilidades de escolhas para compor uma dieta saudável (BRAR; MINAKER, 2021). Resultado semelhante foi identificado em estudo realizado com 133 consumidores de Brasília – DF, no qual 80% do público revelaram utilizar aplicativos de *delivery* de comida e a maioria considerou que esse uso impactava de forma negativa nos hábitos alimentares, o que pôde ser comprovado pelos tipos de alimentos – pizza e hambúrguer – mais pedidos (DALVI; MELLO, 2020).

Para os comerciantes, o serviço de *delivery* representa inicialmente um maior investimento. Eles terão que lidar com um aumento na demanda e isso poderá

comprometer o atendimento físico, aumentando o tempo do serviço. Para que não ocorram insatisfações com os clientes, é necessário investir em estrutura física, novos funcionários e treinamentos, custos estes que nem sempre foram planejados pelos proprietários. O formato de *delivery* acaba por manter o cliente distante e impede que o empresário tenha informações sobre os mesmos, dificultando ações que visem à melhoria do serviço. No caso de *delivery* por aplicativo, outras dificuldades podem emergir, como a falta de uma boa conectividade com a internet, o custo para manter a parceria com o operador, já que existe a cobrança de uma porcentagem em cima das vendas, a concorrência acirrada e a falta de um *layout* padronizado, já que vários estabelecimentos compartilham o mesmo espaço dentro do aplicativo (BELTRÃO, 2019).

2.4 O setor de serviços de alimentação com a pandemia de Covid-19

Com a pandemia de Covid-19, muitos serviços de alimentação precisaram fechar as portas ou não tiveram uma atuação estável por conta das restrições impostas e das adaptações necessárias para se adequar às medidas sanitárias.

Foram muitos os impactos econômicos em diversos segmentos de *food service*. De forma geral, uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE mostrou que os serviços de alimentação tiveram uma queda nas vendas de 42% em novembro de 2020, frente ao faturamento de uma semana normal, antes da pandemia (SEBRAE, 2021). A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Abrasel revelou que 335 mil bares e restaurantes encerraram as atividades durante a pandemia (AGÊNCIA BRASIL, 2021b). Pesquisa realizada pelo SEBRAE e pela Abrasel indicou que na metade de 2020, 18,5% dos entrevistados, donos de bares e restaurantes, tiveram que demitir funcionários que possuíam carteira assinada e 54% estavam endividados por conta da pandemia (SEBRAE, 2020).

Considerando segmentos específicos do setor, ainda segundo dados da Abrasel, 40% dos restaurantes do tipo *self-service* fecharam devido à crise econômica causada pela pandemia de Covid-19: o Brasil tinha cerca de 200 mil estabelecimentos desse tipo antes da pandemia e a estimativa em junho de 2021

era a de que esse número tivesse caído para 120 mil. Para os estabelecimentos que tinham grande procura antes da pandemia, concentrados em áreas comerciais com escritórios e lojas corporativas, a quantidade de clientes reduziu-se para menos de 10% do movimento pré-pandemia, por conta, entre outros motivos, da adoção do trabalho remoto (AGÊNCIA BRASIL, 2021b).

Diante deste cenário de dificuldades econômicas, as empresas precisaram realizar adaptações para conseguir manter-se em funcionamento. Pesquisa realizada por Silva (2020) buscou identificar os principais desafios enfrentados pelos gestores do setor de serviços de alimentação durante a crise do coronavírus e verificou que as maiores dificuldades foram a gestão de pessoas, com a necessidade de redução do corpo de funcionários ou de realocação de funções (substituindo funções que foram afetadas pela pandemia, como garçons, pela de entregadores no *delivery*), e a gestão financeira, como renegociação de dívidas e empréstimos bancários para pagamento de aluguéis, entre outros.

De acordo com a ABIA (2021), a pandemia trouxe intensas transformações, que levaram à alteração do comportamento de consumo, da realidade de oferta e demanda e dos modelos de negócios do setor de *food service*. Frente aos desafios impostos, acelerou-se o processo de transformação digital em toda a cadeia. Um dos sistemas cujo uso se intensificou foi o de *delivery*.

2.5 O sistema de *delivery* com a pandemia de Covid-19

Com as restrições impostas pela pandemia de Covid-19, como a quarentena e o distanciamento social, as pessoas buscaram alternativas para fazer compras sem precisar sair de casa, e a principal delas foi a utilização do sistema de *delivery* para serviços de alimentação, supermercados e farmácias (LI et al., 2020; SILVA, 2020).

Independentemente das dificuldades que os proprietários possam enfrentar para operacionalizar o sistema de *delivery*, com a pandemia de Covid 19 ficou evidente que este sistema seria fundamental para garantir a sobrevivência e os rendimentos de grande parte dos estabelecimentos. Por meio do *delivery*, pôde-se manter os empregos daqueles que preparam e comercializam as refeições, além de

se ampliar as vagas de emprego para os entregadores. Muitos estabelecimentos aderiram a plataformas digitais e/ou adaptaram seus sites ou *apps* para ampliar o acesso dos consumidores aos serviços de *delivery* (LI et al., 2020; SILVA, 2020).

Pesquisa do Instituto Locomotiva, encomendada pela empresa VR Benefícios, revelou que o número de empresas que aderiram ao *delivery* passou de 49% antes da pandemia para 81% depois das medidas restritivas. Algumas plataformas que são voltadas ao *delivery*, como *Rappi*, *UberEats* e *iFood* lançaram ações especificamente durante a pandemia, com o objetivo de reduzir os custos e aumentar as vendas dos restaurantes, como a isenção ou a redução de taxas durante um certo período (SEBRAE, 2021).

O número de pedidos pelo aplicativo da *iFood* passou de 30 milhões, antes da pandemia, para 48 milhões, no fim de 2020. Nesse mesmo período, o total de estabelecimentos conectados ao *app* passou de 150 mil para 230 mil e o número de profissionais cadastrados como entregadores passou de 150 mil para 160 mil. Restaurantes que atendem segmentos específicos da população, como os veganos, que antes preferiam não participar de aplicativos, após a pandemia passaram a participar. Outros, como as churrascarias que funcionavam em sistema de rodízio, reinventaram seu negócio para atuar com *delivery*. Outra categoria que se reinventou foram as padarias, que começaram a vender pizzas ou a entregar outros itens de alimentação por aplicativos para garantir um faturamento extra (CNN Brasil, 2021).

De acordo com Stecca et al. (2020), a expansão do setor de alimentação, com o uso de *delivery* e de plataformas online para pedidos, exige maior controle por parte das empresas para que possam garantir sua competitividade perante o mercado e para que possam ter informações para a tomada de decisão.

Em um cenário tão dramático quanto o vivenciado pelo mundo com a pandemia de Covid-19, todos os setores da economia precisaram passar por adaptações para tentar responder de forma rápida e dinâmica às dificuldades impostas. Com o setor de alimentação não foi diferente. Apesar das dificuldades, o cenário representa uma oportunidade ímpar de estudar as percepções antes e durante pandemia de um dos segmentos de maior crescimento dentro do setor de alimentação, que é o de serviços de *delivery*.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Analisar as práticas e percepções de proprietários e de entregadores de serviços de alimentação que utilizam o serviço de *delivery* de alimentos.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar práticas e percepções de proprietários de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias, restaurantes e padarias), localizados na região administrativa do Gama – DF, com relação aos serviços de *delivery* de alimentos antes e durante a pandemia de Covid-19.
- Investigar práticas e percepções de entregadores (*motoboys*) de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias, restaurantes e padarias), localizados na região administrativa do Gama – DF, com relação aos serviços de *delivery* de alimentos antes e durante a pandemia de Covid-19.

4. MATERIAL E MÉTODOS

4.1 Local da pesquisa e população de estudo

A pesquisa foi realizada em estabelecimentos da região administrativa do Gama-DF. Considerando que não havia um cadastro oficial com os nomes dos serviços de alimentação localizados na região, que o setor é muito dinâmico, com a abertura e fechamento de estabelecimentos de forma frequente, e, ainda, que muitos estabelecimentos atuam informalmente, foi realizado um levantamento prévio em *sites*, redes sociais e em aplicativos de pedidos de comida para definir o universo do estudo. Optou-se por trabalhar na presente pesquisa com várias categorias de serviços de alimentação, buscando captar diferentes especificidades: restaurantes, lanchonetes, pizzarias e padarias.

Por meio deste levantamento, foram identificados 95 restaurantes, 61 lanchonetes (incluindo redes de *fast food* e hamburguerias), 30 pizzarias e 37 padarias, totalizando 223 estabelecimentos no Gama-DF.

A amostra, composta por 15 estabelecimentos, foi definida por conveniência. Inicialmente foram sorteados os 15 estabelecimentos, correspondendo a 6,7% do total. A pesquisadora entrou em contato por telefone ou pessoalmente em cada estabelecimento, perguntando se o local trabalhava com *delivery* e, em caso positivo, solicitava a autorização para realizar a pesquisa no local. Caso a resposta fosse negativa para qualquer um desses critérios, um novo local era sorteado.

Como houve muitas respostas negativas, a pesquisadora entrou em contato, também, com locais que não foram previamente sorteados, mas que constavam no levantamento inicialmente realizado e para os quais se recebeu indicação.

Após conversar em cada estabelecimento, a estudante solicitava a autorização aos proprietários para que a pesquisa pudesse ser realizada em cada local (Apêndice A). Uma vez obtida a autorização, era agendada a entrevista com o proprietário ou com o gerente/responsável por ele designado e com os entregadores que trabalhavam no estabelecimento, mediante concordância desses em participar, assinando um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice B).

Compuseram a amostra 16 entregadores e 15 proprietários/gerentes, sendo 4 de restaurantes, 3 de pizzarias, 7 de lanchonetes e 1 de padaria.

4.2 Instrumentos utilizados no estudo

Foram elaborados questionários para os proprietários e para os entregadores, com base nos estudos de Silva (2020), Dalvi e Mello (2020), Felix (2020), Pigatto et al. (2017), Beltrão (2019), Brar e Minaker (2021) e Yeo et al. (2017). Os questionários possuem perguntas abertas e fechadas, foram elaborados no Google Forms e foram planejados para serem utilizados no formato de entrevista.

4.3 Pré-teste dos instrumentos utilizados

Antes da aplicação dos questionários, estes foram pré-testados em uma pizzaria não integrante da amostra final do estudo. A proprietária do estabelecimento e um entregador foram entrevistados e responderam os respectivos questionários. Ao final das entrevistas, foi anotado o tempo de aplicação e questionado se eles haviam sentido dificuldade em responder alguma questão. Cada vez que era necessário repetir uma questão ao entrevistado, era feita uma anotação para identificar a possibilidade de ajuste posterior.

Verificou-se que o tempo de aplicação com a proprietária foi de 30 minutos e houve necessidades de ajustes em algumas questões e na sequência em que elas apareciam no questionário. O modelo final encontra-se no Apêndice C. Já para o entregador, o tempo de entrevista foi de 10 minutos e não houve necessidade de ajustes no questionário (APÊNDICE D).

4.4 Coleta e análise dos dados

Os dados foram coletados no mês de janeiro de 2022. Todos os sujeitos da pesquisa foram entrevistados de forma individual pela pesquisadora e por dois estudantes do curso técnico de alimentos do Campus Gama, previamente treinados. As entrevistas foram realizadas nos estabelecimentos, em horários com menor atendimento, indicados pelos proprietários.

Os dados foram analisados de forma descritiva, com os resultados expressos em percentuais.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Perfil dos entrevistados

Entre os proprietários dos serviços de alimentação, prevaleceu o público masculino (60%), com idade entre 26 e 39 anos (46,7%), com ensino superior completo ou incompleto (60%). 53,3% dos proprietários já haviam realizado algum curso na área de alimentos, tendo sido citados: superior de nutrição e de gastronomia e cursos mais rápidos e específicos, como de produção de hambúrguer, de conservação de alimentos e de armazenagem e estoque de alimentos (Tabela 1).

Entre os entregadores, a totalidade eram homens e prevaleceu aqueles com idade entre 26 e 39 anos (68,8%) e ensino médio completo ou incompleto (87,6%). Um quarto dos entregadores afirmaram já ter realizado curso na área de alimentos, sendo mencionado panificação, produção de salgados, cozinheiro e promoção de vendas. A mesma proporção de entrevistados (25%) informou possuir renda familiar mensal entre 2 e 3 salários mínimos (Tabela 1).

Tabela 1 - Variáveis socioeconômicas dos proprietários e entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF

Variáveis	Proprietários		Entregadores	
	<i>n</i>	%	<i>N</i>	%
SEXO	15	100,0	16	100,0
Feminino	6	40,0	0	0,0
Masculino	9	60,0	16	100,0
FAIXA ETÁRIA (EM ANOS)	15	100,0	16	100,0
Até 25	6	40,0	5	31,3
De 26 a 39	7	46,7	11	68,8
De 40 a 59	2	13,3	0	0,0
Acima de 59	0	0,0	0	0,0
ESCOLARIDADE	15	100,0	16	100,0
Ensino Fundamental Incompleto	0	0,0	1	6,2
Ensino Fundamental Completo	0	0,0	0	0,0
Ensino Médio Incompleto	1	6,7	5	31,3
Ensino Médio Completo	5	33,3	9	56,3
Ensino Superior Incompleto	4	26,7	1	6,2
Ensino Superior Completo	5	33,3	0	0,0
Pós-Graduação	0	0,0	0	0,0
CURSO NA ÁREA DE ALIMENTOS	15	100	16	100,0
Sim	7	46,7	4	25,0
Não	8	53,3	12	75,0
RENDA FAMILIAR MENSAL (EM SALÁRIO MÍNIMO - S.M.)*			16	100,0
Até 1 S.M. (até 1.212,00)	-	-	1	6,1
de 1 a 2 S.M. (1.212,01 a 2.424,00)	-	-	3	18,8
de 2 a 3 S.M. (2.424,01 a 3.636,00)	-	-	4	25,0
de 3 a 4 S.M. (3.636,01 a 4.848,00)	-	-	3	18,8
de 4 a 5 S.M. (4.848,01 a 6.060,00)	-	-	3	18,8
Mais de 5 S.M. (acima de 6.060,00)	-	-	2	12,5
Não sei/Prefiro não responder	-	-	0	0,0

*Nota: os traços (-) indicam que a informação não foi perguntada para aquele público.

Um perfil socioeconômico similar ao dos entregadores da presente pesquisa foi identificado por Manso em estudo com 32 *motoboys*, de Brasília-DF, em 2019: todos homens, com idade entre 23 e 45 anos (prevalecendo idade entre 32 e 36 anos) e a maior proporção com renda familiar mensal entre 2 e 3 salários mínimos (MANSO, 2019).

5.2 Práticas e percepções dos proprietários

Na maioria dos estabelecimentos pesquisados (80%, correspondendo a 12 locais) já se trabalhava com sistema de *delivery* antes da pandemia de Covid-19. Somente em 20% dos estabelecimentos ($n = 3$) este sistema passou a ser adotado durante a pandemia.

Para esses 20%, questionou-se sobre a motivação para o local passar a oferecer aos clientes o serviço de *delivery* com a pandemia de Covid-19. As medidas de restrição adotadas pelas autoridades, como o *lockdown* e o isolamento social foram apontados por dois proprietários: “o estabelecimento ficou fechado, precisando utilizar o *delivery* para continuar os trabalhos e gerar renda para a empresa”, “era a opção no momento, já que os clientes não podiam vir ao estabelecimento”. Um dos entrevistados mencionou que com a pandemia houve a demanda dos clientes por este tipo de serviço.

5.2.1 Resultados das entrevistas com os proprietários que já adotavam o sistema de *delivery* antes da pandemia de Covid-19

Entre aqueles entrevistados cujos estabelecimentos já adotavam o sistema de *delivery* antes da pandemia, o que corresponde a 80% dos estabelecimentos ($n = 12$) buscou-se estudar as percepções e práticas adotadas pelos proprietários no cenário antes da pandemia e, em seguida, identificar as possíveis mudanças ou adaptações durante a pandemia de Covid-19.

Inicialmente buscou-se entender os motivos que fizeram com que esses proprietários escolhessem trabalhar com o sistema de *delivery*, antes da pandemia de Covid-19 (Tabela 2).

Tabela 2 – Percepção dos proprietários sobre as motivações para trabalhar com o sistema de *delivery* antes da pandemia, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	N	%
Motivos para trabalhar com <i>delivery</i> antes da pandemia*	12	100,0
Expandir as vendas	7	58,3
Para oferecer aos clientes que não têm condição de irem ao estabelecimento uma opção de degustar os produtos	2	16,7
Por demanda dos consumidores	1	8,3
Praticidade, dispensando a necessidade de ter loja física com espaço para atendimento ao cliente	1	8,3
É mais fácil achar equipe para <i>delivery</i> e oferecer o produto desta forma, quando comparado ao salão	1	8,3
Não soube responder	4	33,3

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de uma motivação.

Nota-se que uma parte dos proprietários não soube responder, mas entre aqueles que responderam (oito entrevistados), o principal motivo foi “expandir as vendas”, citado por quase todos os proprietários.

Na sequência, foi perguntado aos proprietários se, com a pandemia de Covid-19, houve necessidade de fazer alguma mudança ou adaptação no sistema de *delivery* da empresa (por exemplo, em termos de cardápio, higiene, preço, contratação de motoristas, embalagens, entre outros aspectos). Um único proprietário informou que não foi necessário fazer qualquer modificação. Já para os demais respondentes ($n = 11$; 91,7%), houve necessidades de fazer adaptações e estas estão listadas na Tabela 3.

Tabela 3 – Percepção dos proprietários sobre as adaptações realizadas no sistema de *delivery* com a pandemia de Covid-19, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	<i>n</i>	%
Adaptações no sistema de <i>delivery</i> com a pandemia*	11	100,0
Contratação de mais entregadores	6	54,5
Contratação de mais colaboradores para receber os pedidos dos clientes	2	18,2
Aumento dos preços de matérias-primas e embalagens	2	18,2
Adoção de protocolos de higiene	2	18,2
Desenvolvimento de site próprio para atender aos clientes	2	18,2
Empresa passou a atender por WhatsApp	1	9,1
Melhoria da qualidade da embalagem utilizada	1	9,1

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de uma adaptação.

A principal mudança realizada nos estabelecimentos foi a contratação de mais pessoas para a equipe, tanto de entregadores quanto de colaboradores para atender os clientes no recebimento de pedidos. Ainda com relação a mudanças na equipe, um proprietário mencionou que a empresa passou a contar com entregador fixo no estabelecimento.

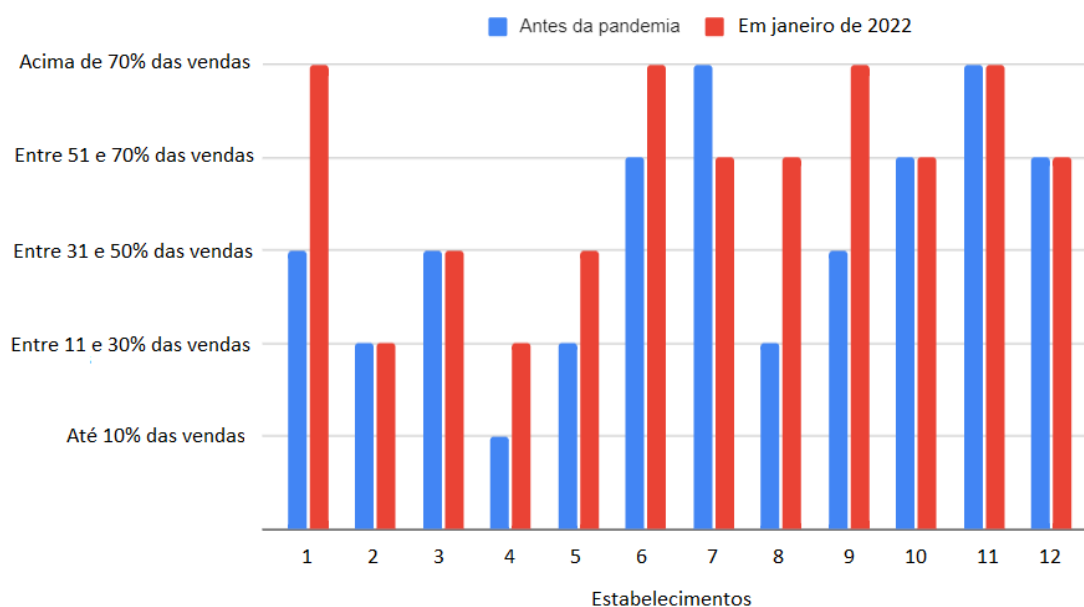
A segunda mudança mais mencionada pelos proprietários foi o aumento dos preços de matérias-primas e embalagens durante a pandemia, o que fez com que os custos fossem repassados, ainda que de forma parcial em alguns casos, para os clientes. Bicigo Jr. et al. (2020) indicaram que durante os meses iniciais da pandemia houve um aumento da demanda por pedidos de comida, que acarretou na elevação da quantidade de embalagens para acondicionar esses alimentos, o que, por consequência, acabou encarecendo o custo das embalagens entre 10 e 20%.

Ainda com base nos dados da Tabela 3, entre as mudanças por conta dos protocolos de higiene, foi mencionado que todos os colaboradores passaram a utilizar máscaras (em alguns locais os funcionários utilizavam mais de uma máscara por vez) e álcool em gel, as embalagens passaram a ser higienizadas com álcool antes de saírem do estabelecimento para serem entregues pelos *motoboys* e as máquinas para pagamento por cartão passaram a ser recobertas com plástico filme.

Interessante notar que em três empresas houve o aumento dos canais disponibilizados para os clientes entrarem em contato, com a construção de *sites* próprios e a disponibilização de WhatsApp.

Questionou-se aos proprietários quanto do total de vendas do estabelecimento era proveniente do sistema de *delivery*, antes do início da pandemia por Covid-19 e no momento da coleta de dados da pesquisa, em janeiro de 2022 (durante, ainda, o cenário de pandemia). Os resultados estão expressos no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Percepção dos proprietários sobre o percentual de vendas do sistema de *delivery*, em relação ao faturamento total da empresa, antes e durante a pandemia, Gama-DF, 2022



Antes de analisar os dados do Gráfico 1, é preciso ponderar que não foi questionado aos proprietários sobre o valor total das vendas nos cenários antes e durante a pandemia. Os dados do Gráfico 1 refletem somente a contribuição do sistema de *delivery* para o total de vendas da empresa, independentemente do faturamento ter aumentado ou diminuído com a pandemia.

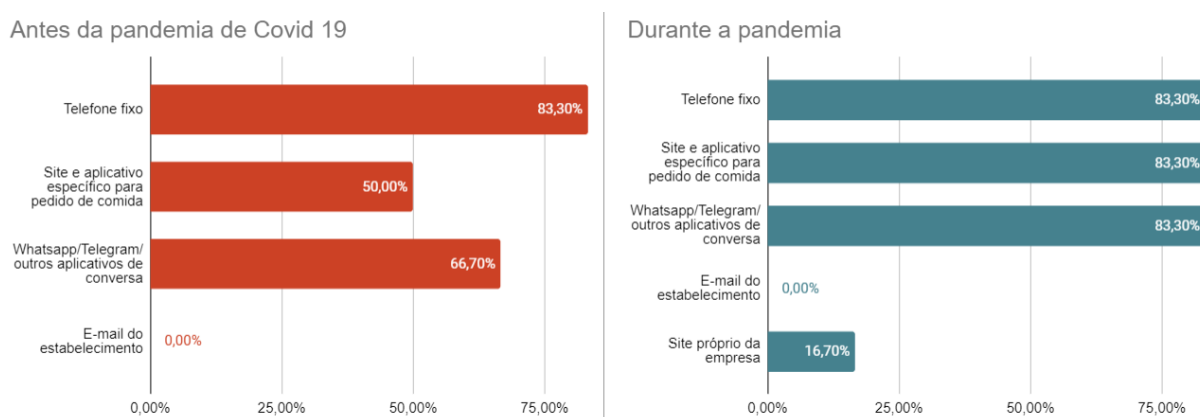
Com base nos dados do Gráfico 1, nota-se que antes da pandemia de Covid-19, somente um proprietário indicou que o sistema de *delivery* representava no máximo até 10% das vendas. Em três estabelecimentos o *delivery* abrangia entre 11 e 30% das vendas e em três, entre 31 e 50% das vendas. Chama a atenção que, mesmo antes do cenário de pandemia, o sistema de *delivery* já correspondia a mais de 50% das vendas em cinco estabelecimentos (41,7% do total). Esses dados estão

em concordância com os de outras pesquisas (BELTRÃO, 2019; PIGATTO et al., 2017) que já indicavam que o sistema de *delivery* é parte integrante da estrutura de vários segmentos do setor de serviços de alimentação.

Ainda com base no Gráfico 1, ao comparar o cenário antes da pandemia com aquele do momento das entrevistas, em janeiro de 2022, nota-se que somente para um estabelecimento houve redução no percentual de vendas oriundo do *delivery*. Em cinco estabelecimentos o percentual de vendas foi mantido entre os dois cenários e para a maioria dos locais ($n = 6$, representando 50% do total) houve aumento da participação do *delivery* nas vendas do estabelecimento. No cenário durante a pandemia, em janeiro de 2022, em oito estabelecimentos o percentual de vendas do *delivery* superou 50% das vendas em cada local.

Outro aspecto questionado aos proprietários foi a forma de contato do cliente com o estabelecimento, para fazer o pedido, com posterior entrega em domicílio. Os proprietários indicaram todos os meios disponibilizados antes da pandemia de Covid-19 e durante a pandemia, conforme apresentado no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Formas de contato do cliente com os estabelecimentos, antes e durante a pandemia de Covid-19, Gama-DF, 2022



Antes da pandemia, o telefone fixo era a forma disponibilizada por maior proporção dos estabelecimentos, para que os clientes pudessem realizar o pedido. Em 16,7% dos locais, esta foi mencionada como a única forma disponível para contato com o cliente. Os sites e aplicativos específicos para pedido de comida,

como *iFood* e *Rappi* estavam disponíveis em metade dos serviços de alimentação pesquisados (Gráfico 2). De acordo com os proprietários, antes da pandemia, para aqueles estabelecimentos que disponibilizavam mais de uma forma de contato, o telefone fixo era a forma mais utilizada pelos consumidores em 62,5% desses locais.

Com a pandemia, houve um aumento no número de estabelecimentos que passaram a disponibilizar mais de uma forma de contato com o consumidor. O uso do *WhatsApp* e dos aplicativos/sites para pedidos de comida tornaram-se mais populares nos estabelecimentos. Dois dos locais conseguiram, inclusive, disponibilizar sites próprios para pedidos (Gráfico 2). De acordo com os proprietários, com a pandemia, o contato por meio do site/aplicativo (*iFood*) tornou-se a forma mais popular entre os consumidores em 50% dos estabelecimentos pesquisados, seguido do *WhatsApp* (em 33,3% dos locais) e do telefone fixo (em 8,3% dos serviços de alimentação).

De acordo com Pigatto et al. (2017), a expansão do acesso à Internet e aos *smartphones* e a disseminação da cultura digital são fatores apontados como contribuintes para a popularização do uso de aplicativos de *delivery* nos últimos anos no Brasil.

5.2.2 Práticas e percepções dos proprietários, independentemente do momento de implantação do sistema de *delivery*

Nesta seção do trabalho serão apresentados os resultados para a totalidade dos proprietários entrevistados ($n = 15$), independentemente do momento em que o estabelecimento começou a utilizar o sistema de *delivery* (antes ou durante a pandemia). O objetivo do conjunto de questões apresentados nesta seção é entender as percepções dos proprietários sobre o sistema de *delivery* de forma geral, considerando a experiência que dispõem.

Inicialmente foi questionado aos proprietários se houve alguma dificuldade (por exemplo, em termos de cardápio, higiene, preço, contratação de motoristas, embalagens, entre outros aspectos) no início da implantação do sistema de *delivery* no estabelecimento em que eles gerenciam. Uma menor proporção afirmou não ter

encontrado dificuldades na implantação do sistema de *delivery* na empresa (33,3%, $n = 5$) e a maioria dos proprietários (66,7%, $n = 10$) respondeu que houve dificuldades, sendo que destes, somente um estabelecimento havia começado o sistema de *delivery* durante a pandemia de Covid-19; todos os demais já atuavam com esse sistema anteriormente. Na Tabela 4 estão descritas as dificuldades mencionadas.

Tabela 4 – Percepção dos proprietários sobre as dificuldades na implantação do sistema de *delivery*, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	N	%
Dificuldades para implantação do sistema de <i>delivery</i>*	10	100,0
Contratação dos entregadores	6	60,0
Embalagens e outros insumos	3	30,0
Preço	2	20,0
Comunicação com o cliente	2	20,0
Higiene	1	10,0
Adaptação do cardápio	1	10,0
Parceria com sites/aplicativos	1	10,0

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de uma dificuldade.

Sobre a contratação de entregadores, os proprietários mencionaram a dificuldade de que os entregadores trabalhem de forma fixa para o estabelecimento.

Quanto ao quesito “embalagens e outros insumos”, os entrevistados mencionaram a dificuldade de encontrar fornecedores para este tipo de serviço. Uma das proprietárias mencionou que as embalagens tradicionalmente comercializadas no varejo não são atrativas e não possuem as características de resistência necessárias para o *delivery* de alimentos. Relatou, ainda, que trabalhava há bastante tempo com uma embalagem de boa aparência, laminada, resistente, encomendada de um fornecedor específico, mas este fornecedor parou de atender e a proprietária teve dificuldades em encontrar outro que entregasse uma embalagem com qualidade similar. Um dos proprietários, que havia iniciado o sistema de *delivery* durante a pandemia de Covid-19, relatou nesse período escassez de matéria-prima das embalagens, o que trouxe uma dificuldade adicional.

Sobre o quesito preço, um proprietário relatou que foi necessário adaptar o preço dos produtos no sistema de *delivery*, concedendo descontos, em relação ao cardápio ofertado no estabelecimento, para conseguir atrair mais vendas. Já outro proprietário comentou que o preço dos alimentos no *delivery* acaba sendo mais elevado, quando comparado ao preço do cardápio servido no estabelecimento, por conta das taxas impostas pelos aplicativos.

Segundo Menighini et al. (2021), a utilização de serviços do tipo *delivery* demanda inicialmente do empresário um aumento no gasto com investimentos, por exemplo, para a contratação de novos funcionários, para o treinamento da equipe e, em caso de uso de aplicativos, para manter a parceria com o operador da plataforma. Além disso, o distanciamento entre cliente e empresário faz com que esses dois atores não tenham uma relação direta, impedindo que o empresário obtenha informações sobre o perfil e a satisfação da sua base de clientes, dificultando ações que visem a melhoria nos produtos e no serviço de entrega. Na presente pesquisa, todos esses aspectos foram mencionados pelos proprietários entre as dificuldades para implementar e operacionalizar o sistema de *delivery*.

Na sequência da entrevista, foi perguntado aos proprietários quais desvantagens para a empresa eles consideram que existe atualmente em adotar o sistema de *delivery* (Tabela 5).

Tabela 5 – Percepção dos proprietários sobre as desvantagens na adoção do sistema de *delivery* pelos serviços de alimentação, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	N	%
Desvantagens para adoção do sistema de <i>delivery</i>*	15	100,0
Taxas pagas para os aplicativos	3	20,0
Pedido não chega ao consumidor com a mesma temperatura e aparência de quando saiu do estabelecimento	2	13,3
Demora na entrega do produto quando não se tem motoboys disponíveis	2	13,3
Falta de compreensão dos clientes quando ocorrem os atrasos na entrega dos produtos	2	13,3
Ausência física do cliente	1	6,7
Dificuldade para contratação de entregadores e para manter a equipe envolvida com o <i>delivery</i>	1	6,7
Falta de suporte dos aplicativos quando ocorrem problemas	1	6,7
Cancelamento pelo cliente no aplicativo quando o pedido já foi entregue	1	6,7
Não há desvantagens	3	20,0

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de uma desvantagem.

Para 20,0% dos proprietários não há desvantagens na utilização do sistema. Para os demais, há desvantagens e a que foi mencionada com mais frequência foram as taxas pagas para os aplicativos, que acabam por encarecer o valor cobrado nos cardápios.

Outras desvantagens também foram mencionadas em menor proporção, tendo sido mencionada uma situação específica, na qual o cliente recebe o pedido, mas coloca no aplicativo como se não tivesse recebido e faz o cancelamento. Nesta última situação, o proprietário revelou que quando a funcionária percebe e consegue avisar o *motoboy* antes que este efetue a entrega, não há prejuízo; mas no caso de o *motoboy* já ter efetuado a entrega, o estabelecimento fica com a perda econômica.

Os proprietários também foram indagados sobre as vantagens que existem atualmente para a utilização do sistema de *delivery* e os resultados são apresentados na Tabela 6.

Tabela 6 – Percepção dos proprietários sobre as vantagens na adoção do sistema de *delivery* pelos serviços de alimentação, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	<i>n</i>	%
Vantagens para adoção do sistema de <i>delivery</i>*	15	100,0
Visibilidade ao estabelecimento	10	66,7
Expansão das vendas e o aumento do lucro e da renda	6	40,0
Praticidade	4	26,7
Maior possibilidade de receber críticas, elogios e sugestões	3	20,0
<i>Delivery</i> traz menos gastos que o atendimento presencial	1	6,7
Facilidade na forma como os pagamentos são feitos	1	6,7

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de uma vantagem.

A maioria dos proprietários mencionou como vantagem a visibilidade que o *delivery* confere ao estabelecimento, pois pelos aplicativos o cliente consegue ver a loja virtual, cardápio e preços, conseguindo alcançar mais lugares, vender para outras regiões e atender uma maior demanda de clientes, sem que estes precisem sair de casa.

Na sequência, a expansão das vendas, com o aumento do lucro e da renda, foram citados por 40,0% dos entrevistados e a praticidade do sistema, por 26,7%.

Para aqueles estabelecimentos que trabalhavam com *site/aplicativo* específico para pedidos de comida (exemplo, *iFood*, *UberEats*, etc.), buscou-se identificar as percepções dos proprietários, nos quesitos a seguir, por meio de uma escala de 5 pontos, variando entre discordo fortemente e concordo fortemente (Tabela 7).

Tabela 7 - Percepções dos proprietários de serviços de alimentação do Gama-DF em relação ao uso de aplicativos no sistema de *delivery*

	Discordo Fortemente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
	%				
A inclusão do cardápio do restaurante, com imagens dos pratos/lanches, é uma grande vantagem em se trabalhar com site/aplicativo para pedidos	0,0	0,0	0,0	7,1	92,9
Com o site/aplicativo há um maior controle dos pedidos realizados	0,0	0,0	0,0	7,1	92,9
O site/aplicativo facilita a comunicação com o cliente	7,1	7,1	28,6	0,0	57,2
O site/aplicativo facilita o recebimento do pagamento	7,1	0,0	0,0	7,1	85,8
O site/aplicativo facilita o acompanhamento da entrega pelo motoboy	7,1	7,1	28,6	14,3	42,9
O site/aplicativo facilita o recebimento de reclamações, sugestões e elogios	0,0	0,0	21,4	14,3	64,3
Cupons de descontos oferecidos no site/aplicativo são uma grande vantagem para meu estabelecimento	28,6	0,0	14,3	7,1	50,0
É necessário ter pessoal treinado no estabelecimento para conseguir usar o site/aplicativo	50,0	0,0	0,0	14,3	35,7
As taxas pagas pelo estabelecimento ao utilizar o site/aplicativo de pedidos são uma grande desvantagem	42,9	7,1	7,1	14,3	28,6
A necessidade de ter Internet no estabelecimento para utilizar o site/aplicativo é uma grande desvantagem	64,3	7,1	0,0	0,0	28,6

*Nota: os percentuais baseiam-se nas respostas para 14 estabelecimentos, que trabalhavam com site/aplicativo para pedidos.

De forma geral, os proprietários possuem uma percepção positiva sobre o uso dos aplicativos/sites específicos para pedidos de comida. A maioria dos proprietários

concordou fortemente que são vantagens do aplicativo a possibilidade de ter imagens do cardápio disponibilizadas pelo cliente, o maior controle dos pedidos, e a facilidade para comunicação com o cliente, para recebimento do pagamento e para recebimento de reclamações, sugestões e elogios. De forma favorável, também, a necessidade de ter Internet no estabelecimento não foi vista como desvantagem pela maioria dos entrevistados.

Houve maior divergência de opiniões quando se refere ao acompanhamento da entrega pelo *motoboy*, o oferecimento de cupons de desconto, a necessidade de ter pessoal treinado para uso do aplicativo e as taxas pagas pelo estabelecimento pelo uso.

Sobre a frota do estabelecimento para as entregas, a maioria dos proprietários (53,3%) afirmou que o sistema de *delivery* é realizado com frota própria, seguido pelo misto de frota própria e terceirizada (presente em 26,7% dos estabelecimentos) e somente com frota terceirizada (20,0%).

Na maioria dos estabelecimentos ($n = 10$; 66,7%) os entregadores não recebiam qualquer tipo de treinamento para realizarem as atividades de entrega, em três (20% dos casos) os proprietários informaram não saber e somente em dois locais os proprietários afirmaram que os entregadores recebiam treinamento, sendo em um caso somente na admissão e, no outro, na admissão e sempre que o estabelecimento julgasse necessário. Nesses dois casos em que há treinamento, são abordados a forma de tratamento com o cliente, a comunicação, o manuseio com a entrega e as práticas de higiene. Em um dos estabelecimentos, o proprietário mencionou que repassa todas as rotas com o entregador e para as rotas em regiões mais distantes, onde o caminho é ruim, são direcionados os entregadores com mais experiência, visando trazer menos danos aos produtos.

A maioria dos proprietários ($n = 12$; 80,0%) informou que os entregadores receberam treinamento específico durante a pandemia de Covid-19 sobre os protocolos básicos de higienização, para evitar o contágio pela doença, como o uso de álcool em gel, o distanciamento com o cliente, uso de máscara e higienização correta das mãos e máquina para pagamento com cartão.

Buscou-se identificar as percepções dos proprietários sobre situações específicas do sistema de *delivery*, para as quais eles deveriam responder tendo

como base em uma escala de 5 pontos, variando entre discordo fortemente e concordo fortemente (Tabela 8). É importante registrar que essa questão foi a penúltima do questionário, para evitar influenciar as respostas dos proprietários nas questões abertas sobre o tema.

Tabela 8 - Percepção dos proprietários de serviços de alimentação sobre diferentes aspectos do sistema de *delivery*, Gama-DF, 2022

	Discordo Fortemente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
	%				
Consigo entregar no domicílio do cliente uma refeição/lanche com a mesma qualidade que se o consumidor estivesse servindo-se no estabelecimento	20,0	13,3	26,7	13,3	26,7
Pelo sistema de <i>delivery</i> consigo oferecer ao cliente a mesma variedade de alimentos que aquela oferecida no estabelecimento, de forma presencial	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Atualmente consigo atender todos os pedidos recebidos diariamente para entrega em domicílio	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Estou satisfeito com o tempo de entrega dos pedidos	6,7	6,7	26,7	13,3	46,7
Estou satisfeito com as embalagens utilizadas nos pedidos	0,0	0,0	13,3	6,7	80,0
Estou satisfeito com as plataformas de contato da empresa com o cliente	0,0	0,0	6,7	26,7	66,7
O uso do <i>delivery</i> melhorou a imagem/reputação do estabelecimento	6,7	0,0	20,0	13,3	60,0
O <i>delivery</i> é fundamental para manter a lealdade do cliente	0,0	6,7	13,3	13,3	66,7
O <i>delivery</i> traz mais custos que lucro para minha empresa	66,7	0,0	0,0	13,3	20,0
Com o <i>delivery</i> , consigo atender outras regiões, além daquela onde meu estabelecimento está localizado	33,3	6,7	0,0	6,7	53,3
No <i>delivery</i> tenho recebido mais reclamações dos clientes quando comparado ao atendimento presencial	33,3	0,0	26,7	6,7	33,3
Com o <i>delivery</i> consigo reduzir custos, quando comparado ao atendimento presencial no estabelecimento	46,7	0,0	6,7	20,0	26,7

Chamou a atenção que todos os proprietários concordaram que conseguem ofertar a mesma variedade de alimentos no delivery, quando comparado ao presencial, e que conseguem atender a todos os pedidos, que são aspectos importantes na avaliação deste tipo de serviço. Porém, parcela dos proprietários concordou que não consegue entregar alimentos/refeições com a mesma qualidade que é servida no estabelecimento, que não está satisfeita com o tempo de entrega, que o delivery traz mais custos que lucros para a empresa e que no delivery tem recebido mais reclamações que no atendimento presencial. É importante considerar que a qualidade do alimento que chega ao consumidor e o tempo de entrega são os principais fatores que levam a reclamações dos clientes no sistema de delivery e os fatores que acarretam na insatisfação desses dois critérios precisam ser estudados.

Por fim, questionou-se aos proprietários se, passada a pandemia de Covid-19, eles pretendem manter o sistema de delivery no mesmo formato atual. A totalidade dos proprietários respondeu que sim, justificando que o delivery tem auxiliado a aumentar as vendas e lucros; é o desejo dos clientes, que já se acostumaram com esse formato; e já faz parte da estrutura da empresa.

5.3 Práticas e percepções dos entregadores

5.3.1 Resultados das entrevistas com os profissionais que já realizavam entregas antes da pandemia de Covid-19

Entre os entregadores entrevistados, 16 no total, 56,3% (9 *motoboys*) afirmaram que já realizavam entregas de pedidos de comida antes da pandemia de Covid-19. Para este público que já realizava entregas, foram feitas perguntas específicas, detalhadas a seguir, para tentar entender se houve mudanças entre os cenários pré e durante a pandemia.

Quando questionados sobre a motivação, antes da pandemia, para escolher trabalhar com entregas, a principal citação foi a de que era a opção de emprego disponível. Outras motivações foram citadas em menor proporção, como gostar da profissão, gostar de socializar com outras pessoas, o fato de já ter uma moto para fazer entregas e a complementação da renda que já recebe em outro emprego.

De forma similar, gostar do serviço, não haver outra opção de trabalho, complementar a renda e boa remuneração foram motivos citados por amostra de 50 entregadores da cidade de Guarabira-PB para a escolha da profissão (FELIX, 2020).

Na presente pesquisa, proporção de 70,0% dos entregadores afirmou que trabalhava exclusivamente nesta atividade antes da pandemia. Todos mencionaram que houve alguma mudança na rotina de trabalho como entregadores por conta da pandemia de Covid-19, conforme descrito na Tabela 9.

Tabela 9 - Percepção dos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF sobre a rotina de trabalho com a pandemia de Covid-19

Com a pandemia:	Entregadores	
	<i>n</i>	%
Entregador passou a trabalhar:	9	100,0
Mais horas por dia	1	11,1
Mais horas por dia e mais dias por semana	5	55,6
O mesmo número de horas e de dias por semana que antes da pandemia	3	33,3
Menos horas por dia	0	0,0
Menos horas por dia e menos dias por semana	0	0,0
Entregador passou a trabalhar com as entregas	9	100,0
Para um maior número de empresas	2	22,2
Para o mesmo número de empresas de antes da pandemia	7	77,8
Para um menor número de empresas	0	0,0
O número de entregas por dia	9	100,0
Aumentou consideravelmente	2	22,2
Aumentou ligeiramente	6	66,7
Nem aumentou nem diminuiu	0	0,0
Diminuiu ligeiramente	1	11,1
Diminuiu consideravelmente	0	0,0
Remuneração do entregador	9	100
Aumentou consideravelmente	0	0,0
Aumentou ligeiramente	5	55,6
Nem aumentou nem diminuiu	3	33,3
Diminuiu ligeiramente	1	11,1
Diminuiu consideravelmente	0	0,0

Outras mudanças mencionadas espontaneamente:	9	100,0
Adoção de protocolos de higiene	3	33,3

*Nota: dados coletados junto aos entregadores que já trabalhavam na atividade antes da pandemia, totalizando 9 *motoboys*.

Interessante notar que a maioria dos entregadores afirmou que com a pandemia o número de entregas e a remuneração aumentaram ligeiramente e que trabalham com entregas para o mesmo número de empresas de antes da pandemia.

5.3.2 Práticas e percepções dos entregadores no momento de realização das entrevistas

Os próximos resultados foram obtidos junto à totalidade dos entregadores ($n = 16$) e visam caracterizar a situação dos *motoboys* de serviços de alimentação no momento em que a pesquisa foi conduzida, em janeiro de 2022.

Quando questionados sobre a motivação para trabalhar com entregas de comida durante a pandemia, as maiores proporções de citações foram o fato de já trabalhar com entregas antes da pandemia e a situação de que com a pandemia surgiram dificuldades financeiras e as entregas eram a única opção de trabalho, já que o setor não para (Tabela 10).

Tabela 10 – Percepção dos entregadores sobre as motivações para atuarem no sistema de *delivery* com a pandemia, Gama-DF, 2022.

	Entrevistados	
	<i>n</i>	%
Motivações para atuar com <i>delivery</i> na pandemia	16	100,0
Já trabalhava com entregas antes da pandemia	7	43,8
Dificuldades financeiras surgidas durante a pandemia e entregas eram única opção de trabalho	4	25,0
Falta de empregos formais	3	18,8
Complementação de renda	1	6,3
Gosta da profissão	1	6,3

Na Tabela 11 encontram-se os resultados sobre o vínculo dos entregadores com a empresa na qual foi realizada a pesquisa.

Tabela 11 – Vínculo empregatício dos entregadores com a empresa na qual a pesquisa foi realizada, Gama-DF, 2022

	Entregadores	
	<i>n</i>	%
Vínculo com a empresa atual	16	100,0
Sou empregado com carteira registrada e só faço entregas	3	18,8
Sou empregado com carteira registrada, tenho outras atividades nesta empresa e também faço entregas	0	0,0
Não sou empregado com carteira registrada, mas sou contratado frequentemente para fazer entregas	3	18,8
Não sou empregado com carteira registrada e só faço entregas quando me chamam, eventualmente	10	62,5

Nota-se que 81,3% dos entregadores afirmaram trabalhar sem carteira registrada. Resultado semelhante foi observado em estudo de Manso (2019), no qual a maioria dos entregadores de Brasília (56,3%) trabalhava, em 2019, de forma autônoma, sem contrato de trabalho CLT. A ausência de vínculo empregatício também foi observada em estudo de Felix (2020), com 50 entregadores da cidade de Guarabira-PB. A autora verificou que 62% dos entrevistados atuavam de forma autônoma e que 40% faziam as entregas a serviço de uma única empresa.

Como esta diferenciação segundo o vínculo empregatício é importante para entender a realidade da rotina de trabalho dos *motoboys*, os dados da Tabela 12 foram agrupados segundo duas categorias dos entregadores: com carteira assinada e sem este vínculo.

Tabela 12 - Práticas da rotina dos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF, no momento de realização da pesquisa, em janeiro de 2022

	Entregadores			
	Com carteira assinada no estabelecimento		Sem carteira assinada no estabelecimento	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Entregas realizadas, em média, por dia de trabalho	3	100,0	13	100,0
Até 6	0	0,0	0	0,0
De 7 a 10	0	0,0	1	7,7
De 11 a 15	2	66,7	3	23,1
De 16 a 20	1	33,3	3	23,1
De 21 a 25	0	0,0	2	15,4
Acima de 25	0	0,0	4	30,8
Ganho médio por entrega	3	100,0	13	100,0
Até R\$ 2,00	0	0,0	0	0,0
Entre R\$ 2,01 e R\$ 5,00	2	66,7	7	53,8
Entre R\$ 5,01 e R\$ 8,00	0	0,0	6	46,2
Entre R\$ 8,01 e R\$ 12,00	0	0,0	0	0,0
Acima de R\$ 12,00	0	0,0	0	0,0
Não sei/ não quero responder	1	33,3	0	0,0
Trabalha exclusivamente como <i>motoboy</i>	3	100,0	13	100,0
Sim	3	100,0	10	76,9
Não	0	0,0	3	23,1
Número de empresas para as quais realiza entregas	3	100	13	100,0
Uma apenas	2	66,7	8	61,5
2	1	33,3	2	15,4
3	0	0,0	2	15,4
Mais de 3	0	0,0	1	7,7

Entre os entregadores com carteira assinada, houve predomínio daqueles que realizavam entre 11 e 15 entregas diárias, enquanto entre os sem vínculo formal, predominou a realização de mais de 25 entregas por dia. Independentemente do vínculo com a empresa, a maior proporção afirmou receber entre R\$ 2,01 e R\$ 5,00 por entrega e trabalhar exclusivamente como *motoboys* para uma única empresa.

Manso (2019), em estudo realizado com entregadores de Brasília em 2019, verificou que a maior parte dos entregadores afirmou realizar em média entre 8 e 15

entregas diárias (71,9% dos entrevistados) e receber entre R\$ 2,01 e R\$ 8,00 (75% dos pesquisados) por pedido, embora um percentual expressivo (cerca de 22%) tenha revelado receber entre R\$ 8,01 e R\$ 12,00.

Na presente pesquisa, quando questionados sobre os benefícios do serviço de *delivery*, apenas um entregador mencionou que não via benefícios nesta atividade. A principal vantagem, reportada por metade dos entregadores, foi o fato de poder gerenciar o próprio tempo e rendimento em função do número de entregas, possuindo liberdade e sendo o patrão de si mesmos (Tabela 13). Entre as dificuldades em trabalhar com entregas, a maior proporção dos entrevistados mencionou a falta de respeito no trânsito e a falta de compreensão e respeito por parte dos clientes, conforme Tabela 13.

Tabela 13 – Benefícios e dificuldades percebidas pelos entregadores de serviços de alimentação do Gama-DF, 2022

	Entregadores	
	<i>n</i>	%
Benefícios do <i>delivery</i>	16	100,0
Pode gerenciar o próprio tempo e rendimento	8	50,0
Recebe bem e trabalha pouco em comparação com outros funcionários do setor	2	12,5
Empresa disponibiliza lanches	2	12,5
Forma de trabalho “mais leve”	1	6,3
Pode conhecer lugares novos	1	6,3
Não vê vantagens	1	6,3
Não soube responder	1	6,3
Dificuldades do <i>delivery</i>	16	100,0
Falta de respeito no trânsito	11	68,8
Falta de compreensão e respeito por parte dos clientes	8	50,0
Dias chuvosos	3	18,8
Baixos salários	3	18,8
Necessidade de cuidados e gastos com a moto, que não são arcados pela empresa	3	18,8
Facilidade em ser demitido	1	6,3
Possibilidade de assalto	1	6,3
Tempo curto para a realização das entregas	1	6,3
Primeiro com quem o cliente vai reclamar se o pedido não estiver a contento	1	6,3
Demora na preparação dos pedidos e a falta de locais para descansar e/ou esperar enquanto os pedidos são preparados	1	6,3

*Nota: Entrevistado poderia citar mais de um benefício ou dificuldade.

A totalidade dos entregadores afirmou não ter passado por qualquer processo de seleção para prestar o serviço de *delivery* para a empresa. De forma semelhante ao observado na presente pesquisa, Felix (2020) verificou que a maioria dos *motoboys* da cidade de Guarabira-PB não havia passado por processo de seleção ou recebido qualquer treinamento para atuar no sistema de *delivery* das empresas. A autora reforça que muitos aspectos contribuem para a formação da imagem de uma empresa na perspectiva do consumidor, mas o contato final realizado na entrega de um pedido pode ser decisivo para essa imagem. Os entregadores atuam ao mesmo tempo como canal de distribuição e de atendimento ao consumidor, ajudando a compor a imagem da empresa e, dessa forma, a capacitação periódica se torna fundamental.

Quando questionados sobre treinamentos específicos para o momento da pandemia, metade dos entrevistados afirmou que recebeu treinamento sobre os protocolos de higiene e segurança para evitar o contágio pela Covid-19, como o uso de máscaras e álcool em gel, e o distanciamento dos clientes. Um entregador mencionou cuidados adicionais, com a higienização das comandas e o uso de vestimenta de manga longa e luvas e um entregador revelou que um aplicativo para pedido de comida divulgou instruções de higiene para o momento da pandemia.

Chama a atenção que metade dos entregadores não recebeu qualquer treinamento sobre os procedimentos para evitar a propagação do vírus. É preciso considerar que os entregadores são vulneráveis e estão na linha de frente de exposição ao SARS-CoV-2. Devem estar cientes dos riscos potenciais envolvidos na transmissão do Covid-19, ao tocarem em uma superfície contaminada ou apertarem as mãos de uma pessoa infectada com as mãos contaminadas, devendo ter atenção às superfícies de toque frequente como volantes, maçanetas, e dispositivos móveis. Devem reforçar os cuidados com a higiene, visando proteger a si próprios e a todos com os quais tem contato (SOARES; LIMA, 2020).

Alves, Bagno e Gonçalves (2020), ao analisar a jornada de trabalho de entregadores vinculados às principais plataformas de entrega, indicaram que embora esses trabalhadores autônomos sejam tratados como empreendedores, em

que podem gerenciar o próprio tempo e rotina de trabalho, na prática enfrentam uma realidade de jornadas extenuantes, remuneração baixa e falta de proteção adequada para o trabalho, situação que foi agravada pela pandemia de Covid-19, em que a maioria não recebeu capacitação sobre as medidas preventivas para a diminuição do risco de contaminação por essa doença.

Vale destacar que somente no início de 2022 foi sancionada Lei que estabelece regras emergenciais de proteção a entregadores de serviços de aplicativo durante a pandemia de Covid-19, como o auxílio financeiro em caso de diagnóstico da doença, a contratação de seguro contra acidentes e o fornecimento de itens para proteção pessoal durante o trabalho, a serem oferecidos pela empresa de aplicativo (AGÊNCIA BRASIL, 2022).

6. CONCLUSÃO

Os resultados da presente pesquisa permitem concluir que mesmo antes da pandemia de Covid-19 o sistema de *delivery* já integrava a estrutura da maior parte dos serviços de alimentação pesquisados. Os proprietários, de forma geral, possuem uma percepção positiva sobre a contribuição do sistema de *delivery* para a expansão das vendas e geração de lucro. Não houve consenso entre os proprietários, no entanto, sobre alguns aspectos importantes do sistema de *delivery*, revelando pontos a serem melhorados na gestão dos estabelecimentos. Entre esses aspectos, destaca-se que parcela dos proprietários concordou que não consegue entregar alimentos/refeições com a mesma qualidade que é servida no estabelecimento, que não está satisfeita com o tempo de entrega, que o *delivery* traz mais custos que lucros para a empresa e que no *delivery* tem recebido mais reclamações que no atendimento presencial.

Comparando os cenários antes e durante a pandemia, foi possível perceber que os proprietários precisaram fazer adaptações com a pandemia, com o investimento na contratação de pessoal, em novas plataformas de contato com o cliente, entre outros. Mas o investimento inicial parece ter tido bom resultado, porque o sistema de *delivery* passou a ter uma maior participação nas vendas de grande parte dos estabelecimentos. Interessante notar a mudança na forma mais frequente de contato do cliente com o estabelecimento: antes da pandemia, o meio mais utilizado era o telefone, passando, com a pandemia, a ser os aplicativos.

Da pesquisa com os entregadores, foi possível identificar que a maioria trabalha de forma autônoma e grande parte justifica o trabalho com entregas pelo fato de não haver outra vaga de emprego disponível. Com a pandemia de Covid-19, ficou ainda mais evidente a importância deste colaborador para os serviços de alimentação. Os entregadores afirmaram que passaram a trabalhar mais e a receber uma remuneração maior com a pandemia, por conta do aumento da demanda.

Na totalidade dos estabelecimentos há a intenção de manter o sistema de *delivery* no mesmo formato que o adaptado durante a pandemia. Considerando que o consumidor parece estar cada vez mais acostumado com o formato de entrega em domicílio, o sistema de *delivery* tende a continuar com participação expressiva nas vendas das empresas.

Com base nos resultados, é possível identificar várias áreas em que o tecnólogo de alimentos pode atuar para a melhoria do sistema de *delivery* em serviços de alimentação, como na especificação correta de matérias-primas e de embalagens, na capacitação dos colaboradores para realização das atividades seguindo as boas práticas de fabricação, na aplicação das técnicas de gerenciamento da qualidade, no relacionamento com o cliente, entre outros.

Entre as limitações do presente estudo, destaca-se que foi pesquisada uma amostra definida por conveniência, que possibilitou avaliar a realidade local de estabelecimentos da cidade do Gama-DF, mas que traz limitações na extrapolação desses resultados.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Primeiro caso de Covid-19 no Brasil completa um ano.** 26/02/2021a. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-completa-um-ano>>. Acesso em: 05 Jan 2022.

_____. **Crise leva ao fechamento de 40% dos restaurantes de comida a quilo.** 08/06/2021b. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/crise-leva-ao-fechamento-de-40-dos-restaurantes-de-comida-quilo#:~:text=A%20Abra%20informou%20que%20cerca,milh%C3%A3o%20de%20postos%20de%20trabalho.>>. Acesso em: 10 Jan. 2022.

_____. **Lei sancionada cria regras de proteção para entregadores de aplicativo.** 05/01/2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-01/lei-sancionada-cria-regras-de-protecao-para-entregadores-de-aplicativo>>. Acesso em 21 Jan 2022.

AGÊNCIA BRASÍLIA. **Decretos para proteger contra a infecção por coronavírus.** 15/03/2021. Disponível em: <<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/03/14/decretos-para-protetger-contr-a-infeccao-por-coronavirus/>>. Acesso em: 06 Jan 2022.

ALVES, A. C.; BAGNO, L. I. M.; GONÇALVES, N. Entregas mediadas por aplicativos e o mito do empreendedor de si mesmo na pandemia do coronavírus. **Revista Direito UnB**, v. 4, n. 2, p. 85-116, 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS - ABIA. **O mercado de food service.** 2022. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/cfs2020/omercadofoodservice.html>>. Acesso em: 03 jan 2022.

_____. **O mercado de food service.** 2021. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/cfs2021/omercadofoodservice.html>>. Acesso em: 04 jan 2022.

_____. **O mercado de food service.** 2008. In: I Congresso Internacional de food service. Disponível em: <<http://www.abia.org.br/congressofoodservice2008/telas/food-service.asp>>. Acesso em: 03 jan 2022.

BELTRÃO, L. B. A. **Análise dos serviços de delivery de hambúrgueres artesanais via aplicativo na Universidade Federal Rural de Pernambuco.** [Trabalho de Conclusão de Curso]. Universidade Federal Rural de Pernambuco. 43f. 2019.

BEZERRA, I. N.; MOREIRA, T. M. V.; CAVALCANTE, J. B.; SOUZA, A. M.; SICHIERI, R. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. **Revista de Saúde Pública**, v. 51, n. 15, p. 1-8, 2017.

BICIGO JR., A.; DOMINGUES, D.; ANTUNES, J. C.; MARIANI, J. S. **Consumo de embalagens de papelão para fast-food em meio a pandemia do novo coronavírus**. [Trabalho de Conclusão de Curso]. 2020. Disponível em: <<http://repositorio.camporeal.edu.br/index.php/tccadmin/article/view/372>>. Acesso em 10 Jan. 2022.

BRAR, K.; MINAKER, L. M. Geographic reach and nutritional quality of foods available from mobile online food delivery service applications: novel opportunities for retail food environment surveillance. **BMC Public Health**, v. 21, n. 458, p. 1-11, 2021.

CNN BRASIL. **Cerca de 11,4 milhões de brasileiros dependem de aplicativos para ter uma renda**. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/cerca-de-11-4-milhoes-de-brasileiros-dependem-de-aplicativos-para-ter-uma-renda/>>. Acesso em 07 jan 2022.

CÔNSOLI, M. A. **Análise dos aspectos relevantes para integração na cadeia de suprimentos aplicada ao setor de serviços de alimentação**. [Tese]. Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, 2009. 225 p.

DALVI, B. M.; MELLO, J. S. **A influência dos aplicativos de delivery na comensalidade e nos hábitos alimentares em tempos de distanciamento social** [Trabalho de Conclusão de Curso]. Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília, 2020.

FELIX, N. B. **O ofício de delivery no segmento de restaurantes e fast-food na cidade de Guarabira-PB**. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2020. 31p.

KENG, S.H.; LIN, C. H. Wives' value of time and food consumed away from home in Taiwan. **Asian Economic Journal**, v. 19, n. 3, p. 320-34, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares**: despesas, rendimentos e condições de vida. Rio de Janeiro, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: famílias com até R\$ 1,9 mil destinam 61,2% de seus gastos à alimentação e habitação. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

LEITE, G. F.; BARAKAT, S. R.; STOCKER, F. Estratégias de diferenciação para foodservice: análise do mix e capacidade de marketing em restaurantes. **Revista de Administração UNIMEP**, v. 19, n. 3, p. 148-174, 2021.

LI, C.; MIROSA, M.; BREMER, P. Review of online food delivery platforms and their impacts on sustainability. **Sustainability**, v. 12, n. 5528, p. 1-17, 2020.

LIU, M.; KASTERIDIS, P.; YEN, S. T. Breakfast, lunch, and dinner expenditures away from home in the United States. **Food Policy**, v. 38, p. 156-164, 2013.

MANSO, A. H. D. **Aplicativos de delivery: análise da percepção dos consumidores e entregadores sobre seus possíveis impactos positivos.** [Monografia]. Departamento de Administração, Universidade de Brasília, 2019. 43p.

MENIGHINI, G. V.; OLIVEIRA, J. C. C.; SILVA, V. C.; PIACENTE, S. J. Impacto da pandemia na demanda por aplicativo de delivery de alimentação em Piracicaba/SP. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, e28310615945, 2021.

MIN, I.; FANG, C.; LI, Q. Investigation of patterns in food-away-from-home expenditure for China. **China Economic Review**, v. 15, n. 4, p. 457-476, 2004.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE - OPAS. **Histórico da pandemia de Covid-19.** 2022. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 03 jan 2022.

PIGATTO, G.; MACHADO, J. G. C. F.; NEGRETI, A. S.; MACHADO, L. M. Have you chosen your request? Analysis of online food delivery companies in Brazil. **British Food Journal**, v. 119, n. 3, p. 639-657, 2017.

QUEIROZ, P. W. V.; COELHO, A. B. Alimentação fora de casa: uma investigação sobre os determinantes da decisão de consumo dos domicílios brasileiros. **Análise Econômica**, v. 35, n. 67, p. 67-104, 2017.

RODRIGUES, M. **Pesquisa indica que 56% das pessoas fazem pedidos semanais via delivery.** O Estado de São Paulo, 30 de junho de 2016. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/seu-dinheiro,pesquisa-indica-que-56-das-pessoas-fazem-pedidos-semanais-via-delivery,1000060142>. Acesso em 20 de maio de 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Bares e restaurantes no país sofrem com os impactos da pandemia.** 01/09/2020. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MG/bares-e-restaurantes-no-pais-sofrem-com-os-impactos-da-pandemia,6556610e90f24710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10 Jan 2022.

_____. **Delivery para restaurantes.** 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/delivery-para%20restaurantes,20a97b008b103410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 20 de maio de 2021.

_____. **Plataformas de delivery são boas opções para vender durante a pandemia.** 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plataformas-de-delivery-sao-boas-opcoes-para-vender-durante-a-pandemia,9d5c4b6f1fa48710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 7 jan. 2021.

SILVA, B. L. A. **Investigação e análise de estratégias de gestão utilizadas pelo segmento de alimentação fora do lar durante a crise do coronavírus.** [Trabalho de Conclusão de Curso]. Escola de Engenharia, Universidade Federal Fluminense, 2020. 51p.

SILVA, G. L.; LIMA, L. F.; LOURENÇO, N. S. Food Truck na cidade de São Paulo e a influência do perfil do consumidor em sua longevidade e aspectos socioculturais. **Revista FATEC Zona Sul**, v. 2, n. 1, p. 1-23, 2015.

SOARES, A. C. N.; LIMA, M. R. S. Serviços de delivery alimentício e suas precauções em tempos da pandemia de SARS-COV-2. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 3, n. 3, p. 4217-4226, 2020.

STECCA, R. S.; MACHADO, J. G. C. F.; PIGATTO, G.; JORGE, C. F. B. A gestão da informação nos aplicativos de delivery on-line de alimentação: o caso em uma empresa do interior de São Paulo. **Ci. Inf.**, v. 49, n. 2, p. 223-237, 2020.

VERISSIMO, P.; MORETTI, S. L. A.; OLIVEIRA, S. L. I. O uso de aplicativos móveis no setor de alimentos e bebidas: uma análise do comportamento do usuário de novas tecnologias. **Perspectivas em Ciências Tecnológicas**, v. 6, n. 6, p. 29-42, 2017.

YEO, V. C. S.; GOH, S.; REZAEI, S. Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 35, p. 150-162, 2017.

APÊNDICE A – MODELO PARA SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO NOS ESTABELECIMENTOS

Venho por meio desta apresentar os estudantes do Instituto Federal de Brasília – IFB, *Campus* Gama, Patrícia Oliveira Campos (matriculada no Curso Superior de Tecnologia em Alimentos) e Gabrielly Cristinny Alves Viana e João Pedro Leôncio Moreira de Assis (matriculados no Curso Técnico em Alimentos Integrado ao Ensino Médio).

Os estudantes estão realizando pesquisa, sob minha orientação, com título “**SISTEMA DE DELIVERY EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES DE COMERCIANTES E DE CONSUMIDORES EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID 19**”.

Os objetivos do estudo incluem investigar práticas e percepções de proprietários e de entregadores (motoboys) de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias e restaurantes), localizados na região administrativa do Gama - DF, com relação aos serviços de delivery de alimentos antes e durante a pandemia de Covid 19.

Para isso, **gostaríamos de solicitar a sua autorização para que os estudantes possam realizar a pesquisa em seu estabelecimento**. Caso seja concedida a autorização, a previsão de realização do projeto será a partir do mês de **fevereiro de 2022**. Em seu estabelecimento, os estudantes irão entrevistar o/a proprietário/a ou responsável que seja indicado pelo/a proprietário/a e aqueles entregadores (motoboys) que quiserem participar do estudo. Para as entrevistas, será utilizado questionário específico, com perguntas sobre vantagens e desvantagens do sistema de delivery, se mudou algo com a pandemia, se houve necessidade de adaptações, entre outros aspectos. Ressalta-se que a pesquisa será enviada ao Comitê de Ética em Pesquisa e somente será iniciada após a aprovação do projeto naquela instância.

Vale registrar que todas as informações fornecidas pelas pessoas entrevistadas serão de caráter confidencial e se buscará garantir o sigilo e a privacidade de cada participante. A pesquisa possui finalidade **exclusivamente acadêmica**, e os resultados da pesquisa serão divulgados em congressos científicos e publicados em revistas especializadas, sem a divulgação do nome dos participantes, do nome ou do endereço do estabelecimento. Ao autorizar a realização da pesquisa em seu estabelecimento você não terá qualquer despesa prevista. Caso alguma despesa extraordinária associada à pesquisa venha a ocorrer, haverá possibilidade de ressarcimento com recursos do orçamento do projeto.

Após tomar ciência dessas informações sobre a pesquisa, caso autorize a sua realização no estabelecimento sob sua responsabilidade, preencha seus dados abaixo e firme o documento, que foi elaborado em duas vias, sendo que uma delas será disponibilizada a você.

Eu _____, RG _____, estou ciente da realização da pesquisa, a ser conduzida pelos estudantes.

Data: ___ / ___ / ___

Nome/assinatura/carimbo

Assinatura da coordenadora da pesquisa, Profa. Mariana Danelon

Desde já agradeço e coloco-me à disposição em caso de dúvidas antes, durante ou após a realização da pesquisa, por meio dos seguintes contatos: telefones (61) 2103-2250 e (61) 99986-2820, e-mail: mariana.danelon@ifb.edu.br, e/ou endereço: Setor de Múltiplas Atividades, Lote 1, Pte. Alta Norte, Gama/DF, CEP 72429-005, sala B003.

APÊNDICE B – TCLE PARA PROPRIETÁRIOS/GERENTES E PARA ENTREGADORES

Gostaríamos de convidá-lo (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa “**SISTEMA DE DELIVERY EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES DE COMERCIANTES E DE CONSUMIDORES EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID 19**”, conduzida pelos estudantes de tecnologia em alimentos **Patrícia Oliveira Campos, João Pedro Leôncio Moreira de Assis e Gabrielly Cristinny Alves Viana**, e sob coordenação da **Prof^a. Dr^a. Mariana Schievano Danelon**, do Instituto Federal de Brasília – IFB, *Campus Gama*.

A pesquisa tem como **objetivo** investigar práticas e percepções de proprietários e de entregadores (motoboys) de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias e restaurantes), localizados na região administrativa do Gama - DF, com relação aos serviços de delivery de alimentos antes e durante a pandemia de Covid 19.

A **metodologia** da pesquisa envolve a entrevista ao/a proprietário/a ou a responsável que seja indicado pelo/a proprietário/a e aos entregadores (motoboys) que quiserem participar do estudo. Para as entrevistas, será utilizado questionário específico, com perguntas sobre vantagens e desvantagens do sistema de delivery, se mudou algo com a pandemia, se houve necessidade de adaptações, entre outros aspectos.

Como **justificativa** para realizar a pesquisa, existem poucos estudos no Brasil que visam identificar a vantagens e dificuldades da adoção dos serviços de delivery. O momento de pandemia por Covid-19 possibilita, ainda, avaliar o quanto esse tipo de serviço tem sido importante. Os resultados podem trazer **benefícios** para a comunidade de forma geral e para a adoção de novas estratégias pelo setor de serviços de alimentação.

Vale registrar que todas as informações fornecidas pelas pessoas entrevistadas serão de caráter confidencial e se buscará garantir o sigilo e a privacidade de cada participante. A pesquisa possui **finalidade exclusivamente acadêmica**, e os resultados da pesquisa serão divulgados em congressos científicos e publicados em revistas especializadas, sem a divulgação do nome dos participantes, do nome ou do endereço do estabelecimento. Ainda assim, caso ocorra qualquer divulgação não intencional de informações particulares, as consequências serão tratadas nos termos da lei, com vista a minimizar qualquer dano causado ao participante. Destaca-se que você pode se recusar a participar da pesquisa em qualquer momento, sem que isso acarrete em qualquer penalidade ou prejuízo.

Para participar da pesquisa, você não terá despesas previstas. Caso alguma despesa extraordinária associada à pesquisa venha a ocorrer, você será ressarcido com recursos do orçamento do projeto. Caso você tenha algum prejuízo material ou imaterial em decorrência da pesquisa poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação.

Em todas as etapas da pesquisa você será acompanhado por um dos pesquisadores responsáveis. Em caso de dúvidas antes, durante ou após a realização da pesquisa, solicita-se entrar em contato com os estudantes **Patrícia Oliveira Campos, João Pedro Leôncio Moreira de Assis e Gabrielly Cristinny Alves Viana** ou com a coordenadora da pesquisa, **Profa. Dra. Mariana Danelon**, pelos telefones (61) 2103-2250 e (61) 99986-2820, e-mail: patriciacoliveira1@gmail.com, joao.assis@estudante.ifb.edu.br, gabrielly.viana@estudante.ifb.edu.br ou mariana.danelon@ifb.edu.br, e/ou endereço: Setor de Múltiplas Atividades, Lote 1, Pte. Alta Norte, Gama/DF, CEP 72429-005, sala B003.

Os pesquisadores responsáveis comprometem-se a conduzir a pesquisa de acordo com o que preconiza a Resolução 466/12 de 12/06/2012, que trata dos preceitos éticos e da proteção aos participantes da pesquisa.

Após tomar ciência dessas informações sobre a pesquisa, caso concorde em participar, preencha seus dados e assine a seguir. O documento também será assinado pela coordenadora da pesquisa e foi elaborado em duas vias, sendo que uma delas será disponibilizada a você.

Eu _____, RG _____, concordo livremente em participar da pesquisa.

Brasília, _____/_____/_____

Assinatura do participante

Assinatura da coordenadora da pesquisa

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS PROPRIETÁRIOS/GERENTES

Questionário para os proprietários de lanchonetes, pizzarias e restaurantes do Gama/DF

Muito obrigado por aceitar participar da pesquisa "SISTEMA DE DELIVERY EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES DE COMERCIANTES E DE CONSUMIDORES EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID 19".

O questionário a seguir contém perguntas para investigar práticas e percepções de proprietários de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias e restaurantes), localizados na região administrativa do Gama - DF, com relação aos serviços de delivery de alimentos antes e durante a pandemia de Covid 19.

Contamos com sua colaboração e desde já agradecemos!

*Obrigatório

1. Local *

Sua resposta

2. Qual é seu sexo? *

- Feminino
- Masculino
- Outro

3. Qual é a sua idade? *

- Até 25 anos
- 26 a 39 anos
- 40 a 59 anos
- Acima de 59 anos

4. Qual é a sua escolaridade? *

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós-graduação

5. Já realizou algum curso na área de alimentos? *

- Sim
- Não (passe para a questão 7)

6. Se respondeu "sim" na questão anterior, qual curso foi feito?

Texto de resposta longa



Seção 2 de 2

Questionário para os proprietários (continuação)



Descrição (opcional)

7. Antes da pandemia de Covid-19 sua empresa já trabalhava com sistema de delivery? *

- Sim (atenção pesquisador: pular para questão 11)
- Não (atenção pesquisador: seguir para questão 8)

8. Durante a pandemia de Covid-19, por que seu estabelecimento optou por oferecer aos clientes o serviço de delivery?

Texto de resposta longa

9. Quando você começou a trabalhar com o sistema de delivery, houve alguma dificuldade (por exemplo, em termos de cardápio, higiene, preço, contratação de motoristas, embalagens, entre outros aspectos)? *

- Sim
- Não (atenção pesquisador: passe para questão 19)
- Não sei (atenção pesquisador: passe para questão 19)

10. Qual(is) foi(ram) a(s) dificuldade(s)?

Texto de resposta longa

Atenção pesquisador: após a questão 10, pular para a questão 19.

Descrição (opcional)

11. Como o seu estabelecimento já atuava com sistema de delivery antes da pandemia, farei um conjunto de perguntas para entender como funcionava o sistema de delivery antes da pandemia, e um conjunto parecido de perguntas para entender como tem funcionado o sistema de delivery com a pandemia. Algumas questões podem ser parecidas, mas se referem a esses dois cenários diferentes: antes e durante a pandemia. Começando pelo cenário antes da pandemia: 11. Antes da pandemia de Covid-19, por que seu estabelecimento havia escolhido trabalhar com sistema de delivery?

Texto de resposta longa

12. Quando você começou a trabalhar com o sistema de delivery, houve alguma dificuldade (por exemplo, em termos de ^{*} cardápio, higiene, preço, contratação de motoristas, embalagens, entre outros aspectos)?

- Sim
- Não (atenção pesquisador: passe para questão 14)
- Não sei (atenção pesquisador: passe para questão 14)

13. Qual(is) foi(ram) a(s) dificuldade(s)?

Texto de resposta longa

14. Antes da pandemia de Covid-19, o sistema de delivery representava para o seu estabelecimento:

- Até 10% das vendas
- Entre 11% e 30% das vendas
- Entre 31% e 50% das vendas
- Entre 51% e 70% das vendas
- Acima de 70% das vendas

18. Qual(is) mudança(s) ou adaptação(ões) foi(ram) feita(s)?

Texto de resposta longa

19. Durante a pandemia de Covid-19, qual(is) a(s) forma(s) de contato do cliente com o seu estabelecimento para fazer o pedido, com posterior entrega em domicílio? (Pode ser marcada mais de uma opção) *

- Telefone fixo do estabelecimento
- Whatsapp, Telegram ou outros aplicativos de conversa
- Site e aplicativo específico para pedidos de comida
- E-mail do estabelecimento
- Outros...

20. (Atenção pesquisador: o proprietário só deve responder essa questão se marcou mais de uma opção na questão anterior): Dessas formas de contato do cliente, qual tem sido a mais utilizada durante a pandemia de Covid-19?

Texto de resposta longa

.....

21. Se o seu estabelecimento trabalha com site ou aplicativo específicos (ex: iFood, UberEats, etc), indique, usando uma escala de 1 a 5, o quanto você concorda ou não com as seguintes afirmações:

	Discordo Forte...	Discordo	Nem concordo,...	Concordo	Concordo Forte...
A inclusão do c...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com o site/apli...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O site/aplicativ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O site/aplicativ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O site/aplicativ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O site/aplicativ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cupons de des...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
É necessário te...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
As taxas pagas...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A necessidade ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. No seu estabelecimento, o sistema de entrega é realizado com: *

- Frota própria
- Frota terceirizada
- As duas opções anteriores
- Outro

23. Os entregadores recebem algum treinamento para realizarem as entregas? *

- Sim, no momento da admissão
- Sim, no momento da admissão e sempre que a empresa julgar necessário
- Não (atenção pesquisador: passe para questão 25)
- Não sei (atenção pesquisador: passe para questão 25)

24. Qual(is) assunto(s) é(são) tratado(s) no treinamento dos entregadores?

Texto de resposta longa

25. Houve algum treinamento específico para os entregadores para realizar as entregas durante a pandemia de Covid-19? *

- Sim
- Não (atenção pesquisador: passe para questão 27)
- Não sei (atenção pesquisador: passe para questão 27)

26. Qual(is) assunto(s) foi(ram) tratado(s) nesse treinamento específico com os entregadores?

Texto de resposta longa

27. Atualmente, quais desvantagens você considera que existem para a empresa em adotar o sistema de delivery? *

Texto de resposta longa

28. Atualmente, quais vantagens você considera que existem para a empresa em adotar o sistema de delivery? *

Texto de resposta longa

29. Atualmente, o sistema de delivery representa para o meu estabelecimento: *

- Até 10% das vendas
- Entre 11% e 30% das vendas
- Entre 31% e 50% das vendas
- Entre 51% e 70% das vendas
- Acima de 70% das vendas

30. Indique sua percepção sobre o sistema de delivery em sua empresa: *

	Discordo Forte...	Discordo	Nem concordo,...	Concordo	Concordo Forte...
Consigo entreg...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelo sistema d...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atualmente con...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estou satisfeito...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estou satisfeito...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estou satisfeito...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O uso do delive...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O delivery é fun...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O delivery traz ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com o delivery, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No delivery ten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com o delivery ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Passada a pandemia de Covid-19, você pretende manter o sistema de delivery no mesmo formato atual? *

- Sim
- Não
- Não sei

32. Justifique a resposta anterior. *

Texto de resposta longa

Muito obrigada/o!

Descrição (opcional)

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO PARA ENTREVISTA COM OS ENTREGADORES

Questionário para os motoboys de lanchonetes, pizzarias e restaurantes do Gama/DF

Muito obrigado por aceitar participar da pesquisa "SISTEMA DE DELIVERY EM SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES DE COMERCIANTES E DE CONSUMIDORES EM TEMPOS DE PANDEMIA DE COVID 19".

O questionário a seguir contém perguntas para investigar práticas e percepções de entregadores (motoboys) de serviços de alimentação (lanchonetes, pizzarias e restaurantes), localizados na região administrativa do Gama - DF, com relação aos serviços de delivery de alimentos antes e durante a pandemia de Covid 19.

Contamos com sua colaboração e desde já agradecemos!

***Obrigatório**

1. Local: *

Sua resposta

2. Nome: *

Sua resposta

3. Qual é o seu sexo? *

- Feminino
- Masculino
- Outro

4. Qual é a sua idade? *

- Até 25 anos
- 26 a 39 anos
- 40 a 59 anos
- Acima de 59 anos

5. Qual é sua escolaridade? *

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós-graduação

6. Já realizou algum curso na área de alimentos? *

- Sim
- Não (passe para a questão 8)

7. Se sua resposta anterior foi "sim", qual curso foi feito?

Sua resposta

7. Se sua resposta anterior foi "sim", qual curso foi feito?

Sua resposta

8. Qual a sua renda familiar mensal (é a soma dos rendimentos de todas as pessoas que moram com você no domicílio, te incluindo)? *

- Até R\$ 1.212,00
- De R\$ 1.212,01 até R\$ 2.424,00
- De R\$ 2.424,01 até R\$ 3.636,00
- De R\$ 3.636,01 até R\$ 4.848,00
- De R\$ 4.848,01 até R\$ 6.060,00
- Acima de R\$ 6.060,00
- Não sei/Não quero responder

9. Quantas pessoas moram com você no domicílio? *

Sua resposta

Próxima

Limpar formulário

Questionário para os motoboys de lanchonetes, pizzarias e restaurantes do Gama/DF

10. Antes da pandemia de Covid-19 você já trabalhava com entregas de pedidos de comida? *

- Sim (atenção pesquisador: seguir para questão 11)
- Não (atenção pesquisador: pular para questão 19)

11. Antes da pandemia de Covid-19, por que você havia escolhido trabalhar com entregas?

Sua resposta _____

12. Antes da pandemia de Covid-19 você trabalhava exclusivamente como motoboy?

- Sim
- Não

13. Com a pandemia de Covid-19, houve alguma mudança na sua rotina de trabalho como motoboy?

- Sim (passe para a questão 14)
- Não (passe para a questão 15)
- Não sei (passe para a questão 15)

14. Qual(is) mudança(s) foi(ram) feita(s)?

Sua resposta _____

15. Com a pandemia de Covid-19, você passou a trabalhar:

- Mais horas por dia
- Mais horas por dia e mais dias por semana
- O mesmo número de horas e de dias por semana que antes da pandemia
- Menos horas por dia
- Menos horas por dia e menos dias por semana

16. Com a pandemia de Covid-19, você passou a trabalhar com as entregas:

- Para um maior número de empresas
- Para o mesmo número de empresas de antes da pandemia
- Para um menor número de empresas

17. Com a pandemia de Covid-19, o número de entregas que você faz por dia:

- Aumentou consideravelmente
- Aumentou ligeiramente
- Nem aumentou nem diminuiu
- Diminuiu ligeiramente
- Diminuiu consideravelmente

18. Com a pandemia de Covid-19, sua remuneração:

- Aumentou consideravelmente
- Aumentou ligeiramente
- Nem aumentou nem diminuiu
- Diminuiu ligeiramente
- Diminuiu consideravelmente

19. Durante a pandemia de Covid-19, por que você optou por trabalhar com entregas de comida? *

Sua resposta

20. Atualmente, quantas entregas você realiza em média, por dia de trabalho? *

- Até 6
- De 7 a 10
- De 11 a 15
- De 16 a 20
- De 21 a 25
- Acima de 25
- Não sei/ não quero responder.

21. Atualmente, qual o ganho médio por entrega? *

- Até R\$ 2,00
- Entre R\$ 2,01 e R\$ 5,00
- Entre R\$ 5,01 e R\$ 8,00
- Entre R\$ 8,01 e R\$ 12,00
- Acima de R\$ 12,00
- Não sei/ não quero responder.

22. Atualmente você trabalha exclusivamente como motoboy? *

- Sim
- Não

23. Qual o seu vínculo com esta empresa? *

- Sou empregado com carteira registrada e só faço entregas
- Sou empregado com carteira registrada, tenho outras atividades nesta empresa e também faço entregas
- Não sou empregado com carteira registrada, mas sou contratado frequentemente para fazer entregas
- Não sou empregado com carteira registrada e só faço entregas quando me chamam, eventualmente
- Outro: _____

24. Atualmente, para quantas empresas você faz entrega? *

- Uma apenas
- Duas
- Três
- Mais de três

25. Na sua opinião, quais os benefícios de trabalhar com entregas de pedidos de comida? *

Sua resposta

26. Na sua opinião, quais as dificuldades em trabalhar com entregas de pedidos de comida? *

Sua resposta

27. Você passou por algum processo de seleção para prestar o serviço de delivery para esta empresa? *

- Não, apenas ofereci meus serviços
- Não, eu já era conhecido do dono da empresa
- Sim, mas não recebi treinamento para fazer as entregas
- Sim, e recebi treinamento para fazer as entregas

27. Você passou por algum processo de seleção para prestar o serviço de delivery para esta empresa? *

- Não, apenas ofereci meus serviços
- Não, eu já era conhecido do dono da empresa
- Sim, mas não recebi treinamento para fazer as entregas
- Sim, e recebi treinamento para fazer as entregas

28. Houve algum treinamento específico para realizar as entregas durante a pandemia de Covid-19? *

- Sim (passe para a questão 29)
- Não (Agradeça e finalize a entrevista)
- Não sei (Agradeça e finalize a entrevista)

29. Qual(is) assunto(s) foi(ram) tratado(s) nesse treinamento específico?

Sua resposta

Muito obrigada(o)!