

ANÁLISE DA DEMANDA DE LANCHES POR DELIVERY NO MUNICÍPIO DE CAPANEMA-PARÁ

WAGNER JHONATAN DE AZEVEDO SILVA; JOELLY OLIVEIRA GONÇALVES;
DIONEIDE ANJOS MARTINS; LUIS MARCELO MARTINS DE SOUSA JUNIOR; ANA
KARLLA MAGALHÃES NOGUEIRA

RESUMO

O estudo tem como objetivo analisar a demanda por lanches por meio do serviço de *delivery* em comparação com o atendimento presencial em Capanema-Pá, e mensurar o impacto no faturamento mensal de três estabelecimentos locais. A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, utilizando métodos estatísticos para analisar dados coletados através de pesquisas com os consumidores. Os resultados revelaram que a demanda por lanches via *delivery* nos estabelecimentos avaliados representou menos da metade da demanda observada no atendimento presencial, com uma média de apenas 31%. Isso sugere que o modelo de negócio baseado em entregas domiciliares não está alcançando seu potencial máximo em termos de atração de clientes e geração de receita. Um achado interessante foi a preferência notável pelo atendimento presencial nas lanchonetes locais, contrastando com a crescente popularidade dos serviços de entrega em outras áreas urbanas. Essa dinâmica de mercado específica de Capanema-Pá tem implicações significativas para os investidores dos estabelecimentos analisados. Esses resultados indicam a necessidade de uma revisão estratégica dos serviços de entrega oferecidos, com foco em ajustes nas estratégias de marketing, tempo de entrega, variedade de produtos disponíveis, entre outros fatores que possam influenciar a decisão dos consumidores quanto ao uso desse serviço. Tal revisão estratégica pode ser crucial para otimizar o desempenho financeiro dos estabelecimentos e aproveitar ao máximo o potencial do mercado local. Além disso, é fundamental considerar a experiência do usuário e a satisfação do cliente como pilares centrais para o sucesso do serviço de *delivery*. A implementação de *feedbacks* e avaliações *online* pode fornecer *insights* valiosos para melhorias contínuas e personalização dos serviços. A integração de tecnologias como aplicativos móveis e sistemas de rastreamento em tempo real também pode elevar a eficiência operacional e a conveniência para os clientes. Estas medidas podem contribuir significativamente para aumentar a participação de mercado do serviço de *delivery* em Capanema-Pá.

Palavras-chave: *Delivery*; Faturamento; Demanda; Mercado; Alimentos.

1 INTRODUÇÃO

A palavra "*delivery*", de origem inglesa, refere-se à entrega, remessa ou distribuição de materiais, bens, serviços ou produtos em um local específico, solicitado por meio de comunicação (VARGASON; ANSELMO; MITRAGOTRI, 2021). A crescente demanda por serviços de entrega de alimentos tem sido impulsionada por diversos fatores, incluindo o aumento do uso de *smartphones*, que facilita os pedidos de comida *online* através de uma variedade de aplicativos de entrega com propagandas e promoções. Essa tendência se tornou crucial na sociedade contemporânea (FRANÇA, 2014; SIMÕES; DE MOURA; OKANO, 2019).

Segundo dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2020) no

Brasil, em 2018, o número de pedidos de entrega atingiu 11 bilhões. Paralelamente, observouse um crescimento significativo da tecnologia com a criação de aplicativos de *delivery*, ampliando ainda mais a acessibilidade e conveniência desse serviço. Com o estilo de vida acelerado da sociedade moderna, a necessidade de adquirir alimentos prontos tornou-se imperativo para muitas pessoas. De acordo com Bianchetti e Correia (2020) as responsabilidades do dia a dia, como trabalho e compromissos familiares, dificultam o planejamento, a organização e o tempo necessário para preparar uma alimentação saudável. A substituição de proteínas de valor mais elevado também influencia esse alto consumo (NOGUEIRA et al. 2024).

Especialmente em áreas urbanizadas, onde o ritmo de vida é frenético, soluções práticas que oferecem agilidade e comodidade na alimentação se tornam essenciais. O serviço de *delivery* surge como uma resposta a essa necessidade da sociedade contemporânea (PEREIRA; BRITO, 2021).

A alimentação constitui uma das atividades humanas mais importantes, não só por razões biológicas evidentes, mas também por envolver aspectos econômicos, sociais, científicos, políticos, psicológicos e culturais fundamentais na dinâmica da evolução das sociedades. Os recursos econômicos envolvidos em alimentação, em termos de mercado, são consideráveis, perfazendo um montante bastante superior àqueles relativos a outros setores. (PROENÇA, 2010, p.1).

A alimentação é uma necessidade básica do ser humano e tem sido constantemente modificada ao longo da evolução da sociedade e dos seus modos de vivência (MELO, 2021). Essa evolução impulsionou o mercado de suprimentos para atender a uma demanda cada vez maior por soluções práticas e acessíveis. De acordo com Nigri (2019) a tecnologia de aparelhos celulares faz parte da sociedade e dão mais rapidez as questões de cada um, com isso a comunicação ficou mais fácil e que ajudou a facilidade aos pedidos de comida para aqueles que não podem ou não querem ir ao estabelecimento (BARBOSA; ROJAS, 2022).

A tecnologia, especialmente os smartphones, tornou-se parte integrante da sociedade, proporcionando rapidez e facilidade nas comunicações. Isso se reflete no aumento da facilidade de pedidos de comida para aqueles que não podem ou não querem ir fisicamente aos estabelecimentos (OLIVEIRA; BARROCO, 2023).

Diante desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar a demanda de *delivery* nas lanchonetes em Capanema - PA, procurando descrever a relação do *delivery* no faturamento mensal desses estabelecimentos, e comparando com o atendimento presencial. Ao finalizar esta análise, espera-se fornecer *insights* valiosos sobre a influência do serviço de entrega no faturamento mensal das lanchonetes em Capanema, bem como entender a dinâmica entre a demanda por agilidade e comodidade na alimentação e os hábitos de consumo da população local.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo foi realizado no município de Capanema, localizado no Nordeste Paraense, entre os dias 01/10/2022 e 31/10/2022. O município de Capanema possui uma população estimada 72.774 segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023) e uma área territorial 614,038 km² (IBGE, 2023).

Sendo assim, o estudo foi conduzido em três estabelecimentos comerciais no ramo de lanches, sendo uma pizzeria e duas lanchonetes. A metodologia da pesquisa teve um caráter quantitativo, que é um método científico que utiliza números para entender o mundo ao nosso redor e através da coleta e análise de dados numéricos, buscando quantificar as características de um fenômeno, testar hipóteses e generalizar os resultados para uma população maior com o objetivo de analisar a demanda de lanches por *delivery* (DESLAURIERS; KÉRISIT, 2023).

Para a obtenção dos dados realizou-se aplicação de questionário. De acordo com Polydoro (2023) o questionário é um instrumento de pesquisa composto por um conjunto de

perguntas, estruturado para coletar informações sobre um determinado tema. Ademias, realizou-se pesquisas em artigos científicos, livros e trabalhos de conclusão de curso (TCC) para extrair informações. A coleta de dados foi realizada de segunda a domingo, das 18h00 às 01h00 da manhã, durante todo o mês de outubro de 2022.

Após a coleta dos dados realizou-se a tabulação em planilhas de Excel, e construiu-se gráficos e tabelas para representação dos resultados. Foram coletados, ainda, relatórios de receitas para acesso aos registros dos históricos de vendas por *delivery* e presenciais (balcão). As empresas foram chamadas ficticiamente de ‘empresa x1’, ‘x2’ e ‘x3’ para preservar sua identidade. Os resultados das três lanchonetes foram analisados e comparados, levando em consideração o faturamento mensal de cada uma, separadamente.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos dados da Tabela 1, foi possível analisar o desempenho das lanchonetes em relação aos pedidos por *delivery* versus atendimento presencial durante o mês de outubro de 2022.

Com relação ao número de atendimentos constatou-se que a lanchonete X1, teve um total de 12.745 pedidos, sendo a maior parte dos mesmos realizado de forma presencial (8.724), enquanto 4.021 foram feitos através do serviço de entrega. Isso indica que apesar de ter um bom volume de pedidos por *delivery*, o atendimento presencial, ainda, representa a maior parte das vendas.

Tabela 1: Número de pedidos de lanche das lanchonetes referente ao mês de outubro de 2022.

LANCHONETES	Nº de pedidos por <i>delivery</i>	Nº de pedidos em atendimento presencial	Total de pedidos
X1	4.021	8.724	12.745
X2	20	271	291
X3	353	710	1063

Fonte: Resultados da pesquisa (2022).

A lanchonete X2 teve um total de 291 pedidos durante o mês de outubro, e apenas 20 pedidos feitos por *delivery* e 271 em atendimento presencial. Esses números indicam que a lanchonete X2 tem uma demanda muito baixa por *delivery* em comparação com o atendimento presencial. Assim, observou-se que o serviço presencial (balcão) é o foco principal desta lanchonete.

A lanchonete X3 com um total de 1.063 pedidos, teve uma distribuição mais equilibrada entre os pedidos de *delivery* (353) e os pedidos no atendimento presencial (710). Embora o atendimento normal ainda represente a maioria dos pedidos, a lanchonete X3 tem uma parcela significativa de pedidos feitos por *delivery*, mostrando que esse serviço é relevante para o seu negócio, embora não seja o principal. Essa proporção equilibrada sugere que a lanchonete X3 está conseguindo atrair clientes tanto para o serviço de entrega quanto para o atendimento presencial, o que pode indicar uma boa diversificação e adaptação às preferências dos clientes. No entanto, a quantidade total de pedidos ainda foi menor.

Observou-se, portanto, que as três lanchonetes têm um número considerável de pedidos para entrega, mas é evidente que o atendimento presencial ainda desempenha um papel fundamental. Segundo Elache (2003) um serviço bem executado presencialmente continua sendo um diferencial para qualquer estabelecimento.

A Lanchonete X3, embora priorize o atendimento presencial, reconhece a importância do serviço de entrega, mostrando visão empreendedora. Isso pode garantir vantagem competitiva e ampliar a base de clientes. Enquanto isso, a Lanchonete X2 pode investir em

promoções para estimular o interesse no serviço de entrega e manter-se relevante num mercado em constante evolução. Flexibilidade e resposta às demandas dos consumidores são chave para o sucesso sustentado no setor alimentício.

Nos dados apresentados na tabela 2 observou-se que há uma disparidade significativa nos valores de faturamento entre as lanchonetes X1, X2 e X3. A lanchonete X1 registrou o maior faturamento total, com uma diferença especial em relação às outras duas lanchonetes. Essa diferença pode ser atribuída a diversos fatores, como localização, tamanho da clientela, variedade de produtos oferecidos, qualidade do serviço, entre outros.

Tabela 2: Faturamento das lanchonetes no mês de outubro de 2022.

Lanchonetes	turamento de vendas por <i>delivery</i>	mento de vendas presencias	TOTAL
X1	R\$24.200,00	R\$52.618,00	R\$76.818,00
X2	R\$600,00	R\$2.277,00	R\$2.877,00
X3	R\$2.875,00	R\$6.390,00	R\$9.265,00

Fonte: Resultados da pesquisa (2023).

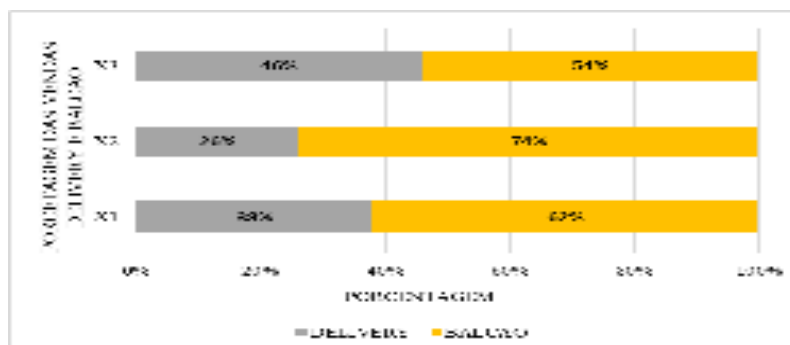
Além disso, ao analisar os valores específicos de faturamento por meio de entrega (*delivery*) e atendimento normal, observou-se que a lanchonete X1 também liderou em ambos os aspectos. Isso sugere que uma lanchonete X1 pode ter uma base de clientes mais ampla e/ou um sistema de entrega mais eficiente, o que contribui para seu desempenho financeiro ser maior em comparação com outras lanchonetes.

O gráfico 1 fornece uma visualização mais detalhada das vendas de cada lanchonete ao longo do tempo, destacando ainda mais as discrepâncias entre elas.

Os dados da Tabela 2 indicaram que a lanchonete X1 está significativamente à frente dos concorrentes X2 e X3 em termos de faturamento, tanto em vendas no balcão quanto por meio do serviço de entrega. Isso pode ser um reflexo de várias estratégias de negócios implementadas pela lanchonete X1, o que a coloca em uma posição mais competitiva no mercado local.

Segundo Bermeo et al. (2021) a valorização das compras *online* e da entrega em domicílio ou no local de trabalho é destacada por atrair clientes que, de outra forma, não teriam disponibilidade ou vontade de frequentar a lanchonete pessoalmente. Portanto, é evidente que, embora as receitas do serviço de balcão sejam substanciais em termos absolutos, o *delivery* desempenha um papel crucial e significativo.

Gráfico 1: Porcentagem de vendas por *delivery* e balcão das lanchonetes do Município de Capanema/PA.



Fonte: Resultados da pesquisa (2022).

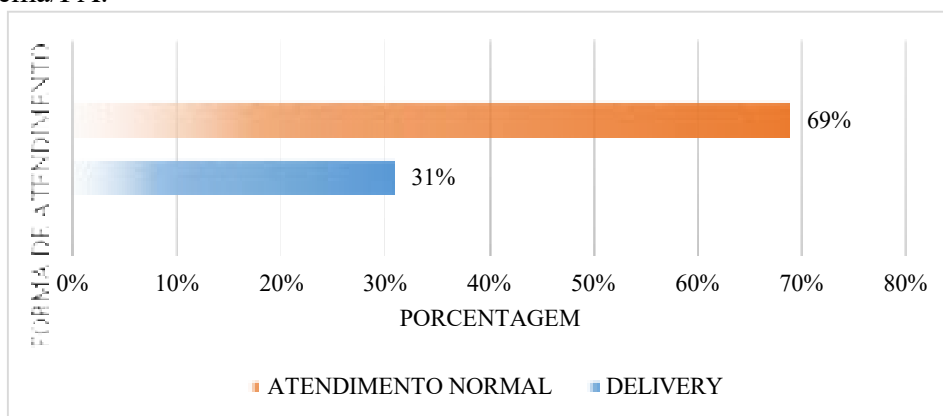
Após análise dos dados fornecidos sobre a porcentagem da demanda de entrega em três lanchonetes (X1, X2 e X3), constatou-se que a Lanchonete X1 apresenta uma alta demanda por *delivery*, representando quase 46% do total de pedidos. Essa porcentagem é

significativa, diminuindo que quase metade dos lanches são solicitados para entrega. Já a lanchonete X2 e X3 têm uma porcentagem relativamente baixa, mas específica, de pedidos de entrega. Embora não cheguem ao mesmo nível do X1, ainda são interessantes de forma significativa para a demanda de entrega.

Ao calcular a média das porcentagens de demanda de entrega nas três lanchonetes, podemos ter uma visão mais ampla do panorama geral. Essa média nos dá uma ideia da tendência de entrega na região, levando em consideração o desempenho.

Para Pine e Gilmore (2011) a importância de cada etapa da jornada do cliente, desde a escolha do produto até o pós-venda, e como cada ponto de contato impacta a percepção final sobre a marca da empresa. Oferecer uma experiência memorável em todos os pontos de contato se destacam no mercado e conquistam a fidelidade dos clientes. As lanchonetes X1, X2 e X3 podem se beneficiar muito ao aplicar os princípios da experiência do cliente em suas operações de *delivery*, construindo uma marca forte e conquistando a preferência dos consumidores.

Gráfico 2: Porcentagem de forma de atendimento realizado pelas lanchonetes do Município de Capanema/PA.



Fonte: Resultados da pesquisa (2023).

No gráfico 3, observamos que o total das mídias das lanchonetes revela uma divisão interessante na demanda entre serviços de entrega e atendimento presencial. Os serviços de entrega representam 31% da demanda total, enquanto o atendimento normal (presencial) corresponde a 69%.

Esses resultados indicam que, apesar de uma demanda significativa pela entrega nas três lanchonetes em geral, a mesma ainda representa menos da metade da demanda total. Portanto, nas lanchonetes de Capanema, a procura maior continua sendo pelo atendimento realizado presencialmente. Isso sugere que o faturamento maior do mês ainda vem do atendimento presencial, o que destaca a importância de manter e talvez até fortalecer esse aspecto do negócio. No entanto, os dados também sugerem que há uma oportunidade para expandir e melhorar os serviços de entrega, visto que há uma procura significativa por esse canal, embora ainda não seja o principal. Entre os fatores que podem atrair consumidores com relação a serviços de *delivery* Silva et al. (2021) destacam o preço, a comodidade, a agilidade e diversidade de opções, o que também pode se unir em um conjunto de benefícios do serviço para todos os que procuram.

Ao compreender as nuances da demanda e oferecer opções personalizadas e convenientes, os negócios podem prosperar e atender às necessidades dos consumidores cada vez mais exigentes. Além disso, ao investir em tecnologias que facilitam a entrega, como aplicativos móveis e sistemas de rastreamento de pedidos em tempo real, as lanchonetes podem oferecer uma experiência ainda mais conveniente e transparente aos clientes.

4 CONCLUSÃO

Em virtude dos fatos mencionados, este trabalho teve por objetivo examinar como se procede a demanda de lanches por *delivery* em Capanema - Pará. Averiguando os resultados obtidos na pesquisa, conclui-se que, a lanchonete x1 teve uma demanda maior de pedidos a *delivery* comparada as outras duas lanchonetes, considerando a venda *delivery* e a presencial, o atendimento normalmente se sobressai comparado com o *delivery*.

Portanto, deduz-se que apesar do crescimento das vendas por entrega, o presencial continua sendo o principal meio de venda nessas lanchonetes de Capanema, o que pode ser explicado por diversos fatores, como por exemplo a falta de investimento das pequenas empresas em *marketing*, atendimento *on-line*, dentre outros.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. Recuperado de <https://ba.abrasel.com.br/noticias/noticias/dados-apontam-quebrasileiro-gasta-cerca-de-25-de-sua-renda-em-alimentacao-fora-do-lar>. Dados apontam que brasileiro gasta cerca de 25% de sua renda em alimentação fora do lar.

BATISTA, B. et al. Técnicas de recolha de dados em investigação: inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista. Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: recolha de dados, v. 2, p. 13-36, 2021.

BERMEO, Caren Gabriela Castillo et al. Efeitos econômicos da COVID-19 sobre o faturamento de empresas do segmento de restaurantes e lanchonetes na Paraíba. 2021.

BIANCHETTI, Lucídio; CORREIA, José Alberto. In/exclusão no trabalho e na educação: Aspectos mitológicos, históricos e conceituais. Papirus Editora, 2020.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michèle. O delineamento de pesquisa qualitativa. 2023.

DA SILVA, Evandro Manoel et al. SERVIÇOS DE DELIVERY: dificuldades e crescimento durante a pandemia de Covid-19, comparando os serviços das empresas de marketplace. *Ciência & Tecnologia*, v. 13, n. 1, p. 99-111, 2021.

DELIVERY X BALCÃO: um estudo de caso em uma rede de fast-food Brazilian Journal of Business, Curitiba, v. 4, n. 3, p. 1447-1464, jul./set., 2022

ELACHE, Francisco Luiz. Qualidade do atendimento aos clientes do Programa Brasil Empreendedor em Curitiba/PR. 2003.

FRANÇA, Fabiana. Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro. Anais do I Seminário Alimentação e Cultura na Bahia. 2014.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): IBGE Cidades Capanema - PA: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/capanema>.

MELO, Cristiane Tenório. Como o delivery influencia no movimento de balcão de um restaurante fast food. 2021

NIGRI, Andrea et al. Um modelo Lee-Carter integrado de aprendizagem profunda. *Riscos*, v. 7, n. 1, pág. 33, 2019.

NOGUEIRA Ana Karlla Magalhães et al. Análise do mercado de alimentos embutidos no município Bragança- Pa. 2024

OLIVEIRA, Flávio Augusto Ferreira de; BARROCO, Sonia Mari Shima. Revolução tecnológica e smartphone: considerações sobre a constituição do sujeito contemporâneo. *Psicologia em Estudo*, v. 28, p. e51648, 2023.

PEREIRA, Deborah; BRITO, Vinícius. Empresas-aplicativo de delivery e sujeitos entregadores: relações de trabalho e mobilidade na cidade pandêmica. *RUA*, v. 27, n. 2, p. 265293, 2021.

POLYDORO, Rodrigo. Desenvolvimento de Aplicação Web para Planning Poker. 2023.

PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. Alimentação e globalização: algumas reflexões. 2010

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. A experiência do cliente: como sua empresa pode prosperar na era da experiência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BARBOSA, Bruno Sérgio Toledo; GARCIA-ROJAS, Edwin Elard. Emulsões duplas como sistemas de entrega de ferro: Cinética de estabilidade e melhor bioacessibilidade em bebês e adultos. *Pesquisa Atual em Ciência de Alimentos*, v. 5, p. 718-725, 2022.

SIMÕES, Eliane Antonio; DE MOURA, Valmir Adelino; OKANO, Marcelo Tsuguio. Tecnologia aplicada à logística de distribuição para melhoria do otd (on time delivery). *Brazilian Journal of Development*, v. 5, n. 9, p. 16574-16603, 2019.

VARGASON, Ava M.; ANSELMO, Arão C.; MITRAGOTRI, Samir. A evolução das tecnologias comerciais de distribuição de medicamentos. *Engenharia biomédica da natureza*, v. 5, n. 9, pág. 951-967, 2021.