

# Impactos da Pandemia Covid-19 no Serviço de Delivery do setor de Fast Food no Público Universitário

## *Impacts of the Covid-19 Pandemic on the Delivery Service of the Fast Food sector in the University Public*

Denise Eduarda da Silva Reis<sup>1</sup> <https://orcid.org/>

João Eduardo Azevedo Ramos da Silva <sup>2</sup><https://orcid.org/>

<sup>1</sup>Departamento de Engenharia de Produção de Sorocaba, Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR, Sorocaba, SP, Brasil, [denisereis@estudante.ufscar.br](mailto:denisereis@estudante.ufscar.br)

<sup>2</sup>Departamento de Engenharia de Produção de Sorocaba, Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR, Sorocaba, SP, Brasil, [jesilva@ufscar.br](mailto:jesilva@ufscar.br)

**Resumo:** Com seu primeiro caso informado em dezembro de 2019 pela Organização Mundial da Saúde, a Covid-19 se espalhou por todos os continentes, provocando grandes impactos. Acarretando medos e incertezas, a população se viu impossibilitada de realizar atividades rotineiras, consequentemente passando a utilizar o serviço de *delivery* com maior frequência, principalmente o público universitário que já consumia este tipo de serviço usualmente. Em contrapartida, empreendedores agiram rapidamente diante da mudança do comportamento do consumidor, e iniciaram a oferta do serviço de *delivery* em seus estabelecimentos. O presente trabalho visa analisar o comportamento da demanda e seus impactos no sistema de *delivery* de restaurantes *fast food* durante a pandemia da Covid-19, comparando dados referentes aos anos antecedentes ao início da pandemia com o período pandêmico, especificamente para o público dos estudantes universitários da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Campus de Sorocaba. Através de uma *survey*, os resultados obtidos com a amostra coletada apontou que a pandemia impactou no aumento de 71% pela procura do serviço de *delivery* de *fast food* com a chegada da Covid-19 no Brasil.

**Palavras-chave:** *Delivery, Pandemia, Fast Food, Covid-19.*

**Abstract:** *With the first case reported in December 2019 by the World Health Organization, Covid-19 has spread across all continents, causing major impacts. Bringing fears and uncertainties, the population found it impossible to carry out routine activities, consequently starting to use the delivery service more frequently, especially the university public who already consumed this type of service usually. On the other hand, entrepreneurs acted quickly in the face of changing consumer behavior, and started offering delivery service in their establishments. The present work aims to analyze the behavior of demand and its impacts on the delivery system of fast food restaurants during the Covid-19 pandemic, comparing data referring to the years prior to the beginning of the pandemic with the pandemic period, specifically for the public of university students. from the Federal University of São Carlos (UFSCar), Sorocaba Campus. Through a survey, the results obtained with the collected sample pointed out that the pandemic impacted on a 71% increase in demand for fast food delivery service with the arrival of Covid-19 in Brazil.*

**Palavras-chave:** *Delivery, Pandemic, Fast Food, Covid-19.*

## **1. Introdução**

Com a chegada do novo coronavírus ao Brasil, o poder público iniciou medidas para contenção do contágio e decretos foram lançados fazendo com que a população permanecesse em casa e apenas saísse para atividades essenciais, como idas a supermercados, hospitais e farmácias. O crescimento diário do número de brasileiros infectados no primeiro ano de pandemia, fez com que uma série de problemas sociais surgissem. Dentre os problemas constam a falta de profissionais da saúde o que foi ocasionado pelo adoecimento dos mesmos, a carência de leitos hospitalares devido à grande demanda de cidadãos procurando cuidados médicos e a crise econômica em razão do aumento do desemprego, afastamentos e óbitos de funcionários (SANTANA; COSTA; SHINOHARA, 2021).

O impacto da pandemia foi sentido rapidamente pelo setor alimentício, como restaurantes, pizzarias, lanchonetes e congêneres, os quais, em meio ao cenário de tantas incertezas, se viram obrigados a fechar as portas temporariamente. A rota de saída foi se adaptar 100% ao

serviço de entrega em domicílio, também conhecido como *delivery*, e/ou também utilizar a opção de *take away* para retirada no comércio.

Botelho, Cardoso e Canella (2020) levantam a possibilidade de que o distanciamento físico imposto pelas autoridades durante a pandemia contribuiu como um catalisador para ampliar o uso dos aplicativos de *delivery* de comida no Brasil. McKinsey (2020), revela que o cenário pandêmico foi responsável por gerar, em 90 dias, um conjunto de mudanças no comportamento do consumidor e no comércio, que só aconteceriam em 7 anos. Outros motivos levantados pela pesquisa que acarretaram a expansão do uso de aplicativos de *delivery*, complementares à aceleração provocada pela pandemia, foram a expansão do acesso à *internet*, os *smartphones* e a disseminação da cultura digital (MCKINSEY, 2020).

De acordo com a pesquisa realizada pela ABRASEL (2020), revelou-se que antes da pandemia 54% dos empresários brasileiros usavam o *delivery* e, sendo que conforme NUNES (2022), com o início da pandemia este número saltou para 66%. ABRASEL (2021) apontou ainda que o sistema de *delivery* foi implementado em 89% dos restaurantes brasileiros em razão da pandemia da Covid-19.

Botelho, Cardoso e Canella (2020) afirmaram que o IFood, empresa de entregas por aplicativo, declarou que obteve um aumento na demanda por *delivery* juntamente com a disseminação da Covid-19. Aditivamente, os consumidores passaram a comprar maiores quantidades por pedido, com maior frequência e em diferentes momentos do que habitualmente acontecia (BOTELHO; CARDOSO; CANELLA, 2020).

Como apontado por Menighini *et al* (2021), a população substituiu a ida a supermercados e restaurantes por realizar pedidos em aplicativos de *delivery*, que ofereciam cada vez mais atrativos como descontos e comodidade em receber o produto em casa. Segundo os autores, o consumidor buscou mais esse tipo de mercado devido ao conforto, conveniência, economia de tempo e segurança. Em março de 2022, o IFood contava com mais de 270 mil restaurantes em sua plataforma, entregando cerca de 60 milhões de pedidos por mês (IFOOD, 2022). Anteriormente à pandemia, em novembro de 2019, havia cerca de 131 mil restaurantes cadastrados, realizando 26,6 milhões de pedidos ao mês, o que sugere a duplicação dos indicadores (SEBRAE, 2020).

Um dos segmentos alimentícios afetados pela pandemia do Covid-19 foi o segmento de *fast*

*food*. O termo *fast food*, surgiu após a Segunda Guerra Mundial, devido à existência de uma grande concentração de pessoas nos centros urbanos das metrópoles, as quais trabalhavam longe de suas residências e obrigatoriamente tinham que realizar suas refeições em restaurantes populares ou lanchonetes de forma rápida e barata quando comparado com uma refeição convencional (SANTANA; COSTA; SHINOHARA, 2021).

De acordo com Silva, Sousa e Costa (2019), fatores como a falta de tempo para afazeres domésticos, a distância da família e o alto volume de atividades acadêmicas, os jovens universitários acabam sendo consumidores fiéis ao *fast food*, Santos *et al* (2014) apontam que isso ocorre devido a praticidade, conveniência e disponibilidade que o *delivery* de *fast food* proporciona.

O público universitário possui algumas características que se assemelham ao serviço em estudos, como a busca por refeições rápidas e de baixo custo. Uma pesquisa realizada por Otaviano (2013), identificou ligações entre a frequência de consumo apontando a “falta de tempo” e “preço” como razões do consumo. A falta de tempo ligada com um maior consumo em razão do estilo de vida mais ocupado, e a falta de disposição para gastar tempo com atividades básicas, como cozinhar. Em relação ao fator preço, a pesquisa aponta que os custos são relativamente baixos e serem economicamente positivos.

Esse trabalho tem como objetivo verificar os impactos da pandemia da Covid-19 no consumo de *delivery* pela amostra universitária coletada, comparando os períodos antes e depois do início da pandemia, por meio de uma pesquisa de levantamento realizada através de questionário pela visão dos consumidores. A pesquisa também visa ajudar os comerciantes de *fast food* que lidam com o público em estudo, a entenderem melhor a mudança de comportamento no consumo percebido pela população.

O questionário foi aplicado na população estudantil da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), no Campus de Sorocaba. De forma específica, buscou-se analisar as seguintes variáveis: i) consumo do cliente de *delivery*; ii) gastos com o serviço; iii) momento de consumo. Em suma, a pesquisa tem o objetivo de encontrar respostas para as perguntas frente à pandemia: O consumo de *delivery* por *fast food* em Sorocaba aumentou por parte dos universitários?

## 2 Revisão da Literatura

### 2.1 Efeitos da Pandemia Covid-19 na economia Brasileira

Em 31 de dezembro de 2019 foi anunciado de Wuhan (China) para a Organização Mundial da Saúde (OMS), a descoberta do novo coronavírus SARS-CoV-2, a Covid-19. A doença causada pelo vírus é altamente transmissível por meio de contato pessoal, atingindo principalmente populações mais vulneráveis, tornando necessário a prática do distanciamento social (OPAS, 202X a). Posteriormente, em 11 de março de 2020, a doença foi declarada pela OMS como pandemia (OPAS, 202X a).

Com o primeiro caso de Covid-19 confirmado no Brasil em fevereiro de 2020, as autoridades brasileiras adotaram medidas para evitar a contaminação. O Decreto N° 10.282, de 20 de março de 2020 foi lançado com o intuito de caracterizar as atividades essenciais, visto que as não essenciais foram proibidas de funcionar (BRASIL, 2020). As medidas de contenção do Poder Público Brasileiro foram realizadas com ações visando reduzir os impactos na economia (SILVA, 2021).

Devido à alta taxa de transmissão, as autoridades foram pressionadas a tomar medidas de distanciamento social e prevenção, como a obrigatoriedade do uso de máscaras, uso de álcool 70%, lavagem frequente das mãos, adoção de *lockdown*, etc., a fim de evitar a disseminação do vírus.

Em março de 2022, 57,6% da população mundial se encontrava totalmente vacinada contra o Covid-19 e, em contrapartida, 74,7% dos brasileiros estavam totalmente imunizados, ou seja, pessoas as quais receberam duas doses da vacina, e 655.940 vidas haviam sido perdidas para a doença (OUR WORLD IN DATA, 2022).

Gomes (2021) destaca que a adoção de medidas tomadas pelas autoridades brasileiras, afetou em grande escala o cotidiano e a vida social da população, e como resultado, os brasileiros iniciaram novos hábitos acarretando diminuição do consumo em alguns segmentos e prejudicando assim, a economia do Brasil.

De acordo com Silva (2021), o isolamento social trouxe como consequência a suspensão das atividades econômicas, preocupando muitas empresas que apresentaram reduções significativas no faturamento. Ademais, outros negócios não conseguiram manter-se

funcionando e tiveram que encerrar suas atividades. Por outro lado, as lojas de bairro foram mais demandadas pelos consumidores pelo fato da comodidade, devido a todos estarem em isolamento social em suas residências e a locomoção ser a mínima possível (SILVA, 2021).

Em março de 2022, a taxa de desemprego no Brasil se encontrava em 11,2% no trimestre encerrado em janeiro de 2022. Durante a crise pandêmica a taxa de desemprego chegou a 14,9% duas vezes – a primeira vez no trimestre encerrado em julho de 2020 e a segunda no trimestre encerrado em janeiro de 2021 - a maior taxa de desocupação já atingida (IBGE, 2022).

## **2.2 O setor alimentício de *fast food* na pandemia COVID-19**

Responsável por 10,6% do PIB brasileiro, a Indústria de Alimentos e Bebidas possui o título de maior indústria do Brasil, processando 58% de tudo o que é produzido no campo, reunindo mais de 37,2 mil empresas e agente de 1,72 milhões de empregos diretos (ABIA, 2022).

Em companhia com o progresso da Covid-19, houve o avanço tecnológico para negócios, destacando-se as empresas do ramo alimentício devido ao crescimento da demanda através de aplicativos e redes sociais (SILVA, 2021). Segundo *Cambridge Dictionary* (2022), *delivery* é um termo da língua inglesa que tem como significado “entrega ou envio”. Se caracteriza como o meio utilizado por empresas para a efetivação da venda e entrega do produto, podendo ser realizado por aplicativos próprios para este fim, telefone ou em uma plataforma que o cliente desejar (SILVA, 2021).

Duarte apud Finkler *et al* (2020), reforça a ideia de que antes do Covid-19, o *delivery* era utilizado pelos restaurantes como complementação do faturamento, mas, após a pandemia, o *delivery* passou a ser a principal maneira dos estabelecimentos não fecharem. O sistema de *delivery* foi considerado por muitos comerciantes como uma oportunidade de investimento e crescimento, visto que a opção de venda por meio de aplicativos, o aumento dos pedidos e as demandas por produtos tendem a aumentar (SILVA, 2021).

Santana, Costa e Shinora (2021) apontam que a expansão do consumo de *delivery* estimulou novas formas de negócio, com isso, aplicativos de *delivery* como o IFood começaram a enxergar esta transformação no hábito dos consumidores, os quais antigamente utilizavam o

*delivery* apenas aos finais de semana para consumo de pizza e *junk foods*, mas passou a ser utilizado no cotidiano (NUNES, 2021).

Ao longo da pandemia do Coronavírus, os entregadores de aplicativos tiveram o importante papel de garantir o funcionamento da economia urbana com a realização do abastecimento da população com *deliveries* de supermercados, restaurantes, farmácias, etc. (MENIGHINI *et al*, 2021), sendo percebida pela empresa de *delivery* IFood, um crescimento de mais de 193% no número de pedidos entre julho de 2020 e julho de 2021 (NUNES, 2021).

QualiBest (2018) indica que cerca de 81% dos internautas responderam que já encomendaram algum serviço ou produto por meio do *smartphone*, sendo o *delivery* de refeições o agente de 50% dos pedidos. A demanda pelo *delivery* aumentou bruscamente na pandemia, justificada pela comodidade percebida pelo consumidor do poder de comprar e receber o produto em sua casa, sem precisar se expor ao risco de contaminação e locomoção no momento de crise sanitária (GOMES, 2021).

Em uma pesquisa realizada pela Associação Nacional de Restaurantes (2021), 53% dos entrevistados afirmaram que o *delivery* representa uma parcela relevante no faturamento de forma permanente e 30% afirmaram impacto temporário devido ao Covid-19. Similarmente, 52% acreditam no impacto permanente e 27% no temporário em relação ao “modelo de negócio 100% *delivery*” ser o novo modelo de negócio de sucesso.

Oliveira, Abranches e Lana (2020) apontam que a entrega em domicílio foi uma saída viável para diminuir a crise no setor de restaurantes nos grandes centros urbanos, todavia, ao se analisar as diferenças socioeconômicas e territoriais no Brasil, essa tecnologia não está disponível para toda a população.

### **3. Metodologia**

De acordo com Turrioni & Mello (2012), um *survey* se destaca por se tratar de uma investigação empírica na procura de apurar um acontecimento contemporâneo. Segundo Gil (1999), o objetivo descritivo busca os atributos de uma determinada população ou fenômeno. A pesquisa tem como característica sua natureza aplicada, pois de acordo com Silva e Menezes (2005), esta categoria tem como propósito gerar conhecimentos para aplicações

práticas de interesse local. Este trabalho tem a abordagem classificada como quantitativa, visto que ela busca traduzir em números as opiniões e informações da população (Turriani & Mello 2012).

O recorte da pesquisa para a população universitária UFSCAR- do campus de Sorocaba, com cerca de 3.000 estudantes, se justifica por se tratar de um público de fácil acesso e com características semelhantes ao *delivery*, como a busca por refeições rápidas e baratas. A universidade oferece os seguintes cursos: administração, ciências biológicas, ciência da computação, ciências econômicas, engenharia de produção, engenharia florestal, física, geografia, matemática, pedagogia, química e turismo.

As variáveis da pesquisa também foram definidas a fim de responder os questionamentos iniciais do trabalho, sendo elas: i) consumo do cliente de *delivery*: busca analisar a variação do consumo por *delivery* de *fast food* com o início da pandemia; ii) gastos com o serviço: procura entender se houve mudança nos gastos dos usuários; iii) momento de consumo: investiga a mudança do comportamento do cliente na demanda de cada refeição do dia.

Para a coleta de dados, a proposta foi a utilização do método de levantamento (*Survey*), sendo um tipo de pesquisa que ocorre quando envolve a interrogação direta das pessoas para conhecer comportamentos através de algum tipo de questionário (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Como pode-se verificar no Quadro 1, o instrumento de coleta desta pesquisa foi dividido em quatro blocos. O primeiro bloco tem como foco a caracterização do respondente. O segundo bloco corresponde a questionamentos pertencentes aos anos anteriores ao início da pandemia. Por final, o terceiro bloco contém os mesmos questionamentos pertencentes ao segundo bloco, mas com foco no período pandêmico.

Quadro 1 - Questionário aplicado para levantamento de dados.

<b>Bloco 1 - Caracterização/Informações Gerais</b>
2 - Gênero ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Prefiro não dizer
3 - Idade



<input type="checkbox"/> Menor ou igual a 18 anos <input type="checkbox"/> 19 a 30 anos <input type="checkbox"/> 31 a 40 anos <input type="checkbox"/> 41 a 50 anos <input type="checkbox"/> 51 a 60 anos <input type="checkbox"/> 61 ou mais
<p style="text-align: center;">4 - Renda Mensal Bruta</p> <input type="checkbox"/> Menor que R\$1.000,00 <input type="checkbox"/> R\$1.001,00 a R\$3.000,00 <input type="checkbox"/> R\$3.001,00 a R\$5.000,00 <input type="checkbox"/> R\$5.001,00 a R\$7.000,00 <input type="checkbox"/> R\$7.001,00 a R\$8.000,00 <input type="checkbox"/> R\$8.001,00 a R\$9.000,00 <input type="checkbox"/> R\$9.001,00 ou mais
<p style="text-align: center;">5 - Quando você começou a utilizar o serviço de <i>delivery</i> de <i>fast food</i>?</p> <input type="checkbox"/> Antes da pandemia do Covid - 19 <input type="checkbox"/> Depois da pandemia do Covid - 19 <input type="checkbox"/> Não utilizo o serviço
<b>Bloco 2 - Questões referentes ao período antecedente à Pandemia do Covid-19</b>
<p style="text-align: center;">6 - Qual era a sua frequência de uso do <i>delivery</i> ANTES da Pandemia?</p> <input type="checkbox"/> De 1 a 4 vezes ao mês <input type="checkbox"/> De 5 a 8 vezes ao mês <input type="checkbox"/> De 9 a 12 vezes ao mês <input type="checkbox"/> Mais que 12 vezes ao mês
<p style="text-align: center;">7 - Para qual refeição você realizava os pedidos?</p> <input type="checkbox"/> Café da manhã <input type="checkbox"/> Lanche da manhã <input type="checkbox"/> Almoço <input type="checkbox"/> Lanche da tarde <input type="checkbox"/> Jantar <input type="checkbox"/> Ceia <input type="checkbox"/> Outros
<p style="text-align: center;">8 - Em média, qual era o seu gasto mensal com <i>delivery</i>?</p> <input type="checkbox"/> Menor que R\$100,00 <input type="checkbox"/> R\$101,00 a R\$250,00 <input type="checkbox"/> R\$251,00 a R\$400,00 <input type="checkbox"/> R\$401,00 a R\$550,00 <input type="checkbox"/> R\$551,00 a R\$700,00 <input type="checkbox"/> Maior que R\$701,00
<b>Bloco 3 - Questões referentes ao período posterior ao início da Pandemia do Covid-19</b>
<p style="text-align: center;">10 - Você acredita que seu consumo pelo serviço de <i>delivery</i> para fins alimentícios, aumentou com o início da pandemia?</p> <input type="checkbox"/> Aumentou <input type="checkbox"/> Continua igual <input type="checkbox"/> Diminuiu
<p style="text-align: center;">11 - Qual era a sua frequência de uso do <i>delivery</i> DEPOIS do início da Pandemia?</p> <input type="checkbox"/> De 1 a 4 vezes ao mês <input type="checkbox"/> De 5 a 8 vezes ao mês <input type="checkbox"/> De 9 a 12 vezes ao mês <input type="checkbox"/> Mais que 12 vezes ao mês

<p>12 - Para qual refeição você realizava os pedidos?</p> <p><input type="checkbox"/> Café da manhã <input type="checkbox"/> Lanche da manhã <input type="checkbox"/> Almoço <input type="checkbox"/> Lanche da tarde <input type="checkbox"/> Jantar <input type="checkbox"/> Ceia [  <input type="checkbox"/> Outros</p>
<p>13 - Em média, qual era o seu gasto mensal com <i>delivery</i>?</p> <p><input type="checkbox"/> Menor que R\$100,00 <input type="checkbox"/> R\$101,00 a R\$250,00 <input type="checkbox"/> R\$251,00 a R\$400,00  <input type="checkbox"/> R\$401,00 a R\$550,00 <input type="checkbox"/> R\$551,00 a R\$700,00 <input type="checkbox"/> Maior que R\$701,00</p>

O questionário foi aplicado de forma anônima para os estudantes da UFSCar, campus de Sorocaba, através da plataforma Google Forms, com o propósito de ampliar o alcance da pesquisa. Também com o objetivo de ampliar o tamanho da amostra, o formulário foi enviado para os estudantes via Whatsapp, Instagram e Facebook.

Posteriormente, realizou-se a análise dos dados obtidos e o confronto com a revisão da literatura realizada no início da pesquisa. Seguidamente, foi realizada a conclusão do estudo sobre os impactos da pandemia no serviço de *delivery* na amostra coletada, sob a perspectiva dos clientes.

#### 4. Resultados e discussões

O questionário obteve um total de 129 respostas. Como pode-se observar na Tabela 1, os dados coletados mostram uma forte presença do sexo feminino na amostra.

<b>Gênero</b>	<b>Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Feminino	79	61,2%
Masculino	49	38,0%
Prefiro não dizer	1	0,8%

Tabela 1: Classificação da amostra pelo gênero.

Respondentes representados pelo sexo feminino estão presentes nos dados com 61,2%, enquanto o público masculino representa 38,0% dos respondentes. Infere-se que a causa do

maior número de respondentes pertencem ao gênero feminino seja devido ao perfil dos cursos que podem exercer alguma atratividade maior para o gênero feminino. A Tabela 2 mostra os resultados referentes a idade do público da amostra.

<b>Faixa Etária</b>	<b>Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Menor ou igual a 18 anos	18	14,0%
19 a 30 anos	98	76,0%
31 a 40 anos	5	3,9%
41 a 50 anos	6	4,7%
51 a 60 anos	2	1,6%
61 ou mais	0	0

Tabela 2: Classificação da amostra pela idade.

No quesito idade, observa-se que a maior parte das respostas estão presentes na faixa etária de 19 a 30 anos, representados por 76% do público, podendo ser justificada pelo perfil do público universitário estar majoritariamente nesta faixa. A Tabela 3 contempla a renda mensal do público.

<b>Renda Mensal Bruta (reais)</b>	<b>Respondentes</b>	<b>Percentual (%)</b>
Menor Renda menor que R\$1000,00	20	15,5%
R\$1.000,00 a R\$3.000,00	72	55,8%
R\$3.001,00 a R\$5.000,00	24	18,6%
R\$5.001,00 a R\$7.000,00	6	4,7%
R\$7.001,00 a R\$8.000,00	3	2,3%
R\$8.001,00 a R\$9.000,00	1	0,8%

R\$9.001,00 ou mais	3	2,3%
---------------------	---	------

Tabela 3: Classificação da amostra pela renda mensal bruta do respondente.

No que diz respeito à renda da amostra, obteve-se 55,8% da amostra pertencentes ao ganho mensal de R\$1.000,00 a R\$3.000,00 e com renda menor que R\$1.000,00 se obteve 15,5% das respostas. Estima-se que estes resultados foram obtidos devido ao perfil universitário. A Figura 1 expõe os resultados em relação ao uso do serviço de *delivery* para *fast food*.

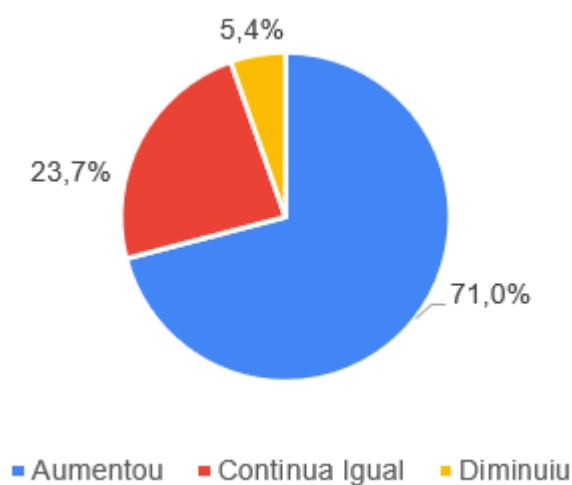


Figura 1: Distribuição da amostra pelo início do uso do serviço de *delivery* para *fast food* em relação ao tempo com pandemia vs sem pandemia.

Das 129 respostas obtidas pelo questionário, 71,0% afirmaram que o consumo do serviço de *delivery* de *fast food* durante a pandemia aumentou em relação ao período sem pandemia. Por outro lado, obtiveram-se 23,7% da amostra afirmando que o consumo não alterou com o início ou 5,4% afirmando que o consumo diminuiu. Acredita-se que o aumento do consumo de *delivery* pode ter sido ocasionado devido à comodidade e menor exposição ao vírus, como também apontado por Gomes (2021).

A Figura 2 mostra a análise de dados em relação a frequência do consumo mensal no serviço de *delivery* em *fast food*.

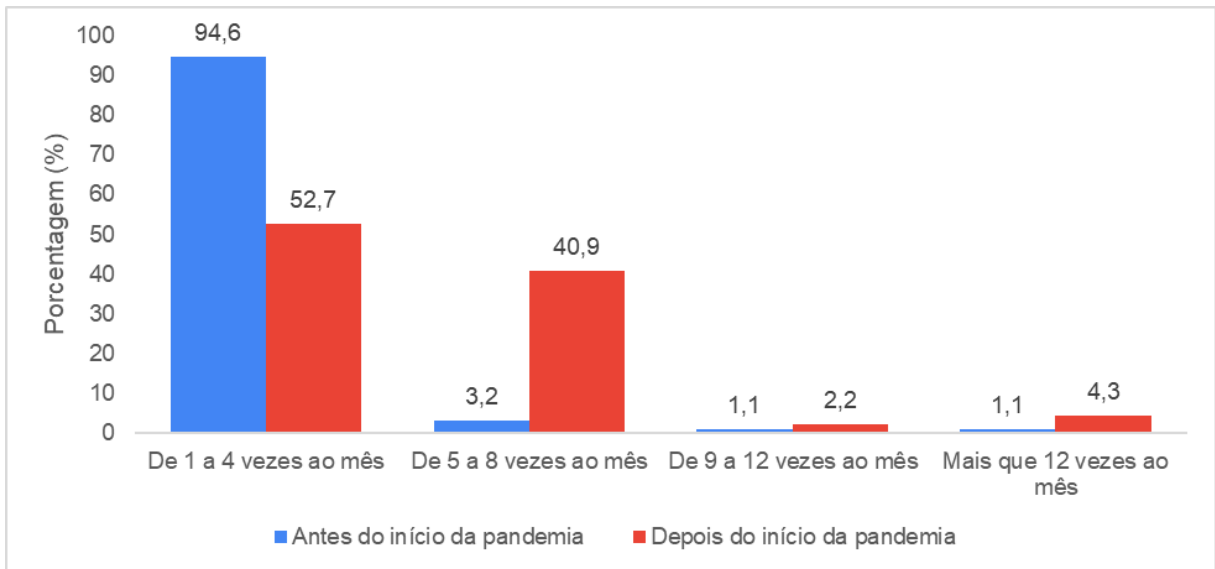


Figura 2: Distribuição da amostra pelo consumo do serviço de *delivery* para *fast food* em relação ao tempo com pandemia vs sem pandemia.

A Figura 2 mostra o aumento no consumo de *delivery* por parte dos usuários. Antes da chegada do Covid-19, 94,6% dos consumidores realizavam pedidos de 1 a 4 vezes ao mês, com o início do período pandêmico, observa-se que este número diminuiu para 52,7%, um *gap* de -41,9%, sendo facilmente observado a distribuição desse percentual para as opções com maior consumo mensal. Nota-se que 3,2% dos respondentes realizavam de 5 a 8 pedidos mensais, este número saltou para 40,9% com o início da pandemia, representando um aumento superior a 10 vezes ao valor pré- pandêmico. A categoria de requisição de *delivery* de 9 a 12 vezes teve o dobro de escolhas, enquanto respondentes de mais de 12 vezes de consumo mensal tiveram um crescimento da ordem de 4 vezes. Infere-se que não somente a comodidade e o baixo risco de contaminação podem ter sido os causadores desta alta, mas também pela substituição das saídas dos consumidores para frequentar um restaurante pelos pedidos de *delivery*.

Reflexos do aumento de demanda mostrado na Figura 3 podem ser percebidos na Figura 4 que relata os gastos mensais com o serviço do estudo.

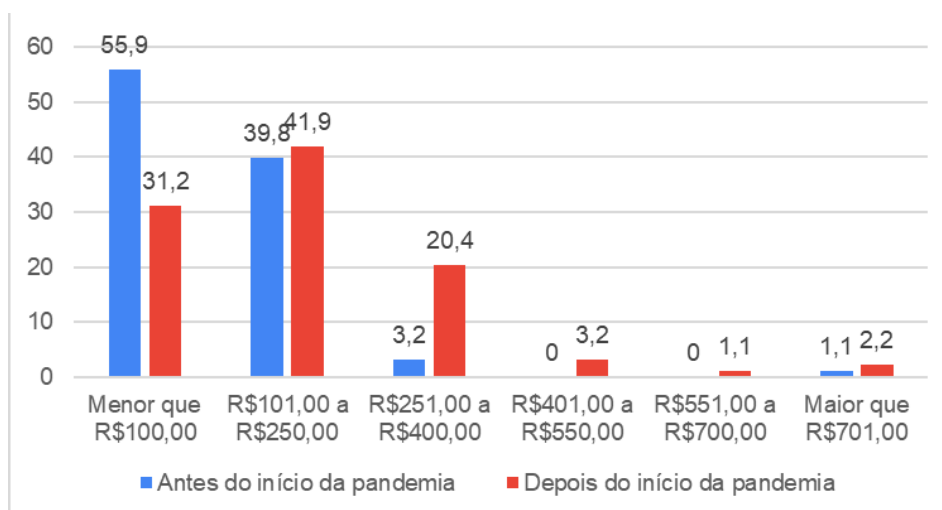


Figura 3: Distribuição da amostra pelo gasto mensal em serviço de *delivery* para *fast food* em relação ao tempo com pandemia vs sem pandemia.

O aumento da demanda refletiu diretamente no aumento dos gastos mensais pelo serviço. Destaca-se que anteriormente a classe de frequência com maior quantidade de registros, com 55,9%, pertencia a gastos menores que R\$100,00 mensais e após o início da pandemia, a classe de frequência com o maior número de respondentes passa a pertencer a gastos de R\$101,00 a R\$250,00 mensais. Nota-se um crescimento superior a 6 vezes aos gastos na faixa de R\$251,00 a R\$400,00. Gastos superiores a R\$400,00 reais mensais apresentava apenas 1,1% dos registros, sendo posteriormente elevado a 6,5% no período de pandemia, um aumento de 6 vezes aos dados do período sem pandemia. Vale ressaltar que o salário em fevereiro de 2020 se encontrava em R\$1.045,00 e em junho de 2022 estava em R\$1.212,00 (DIEESE, 2022).

A Figura 4 mostra outra mudança de comportamento do consumidor com o início da pandemia.

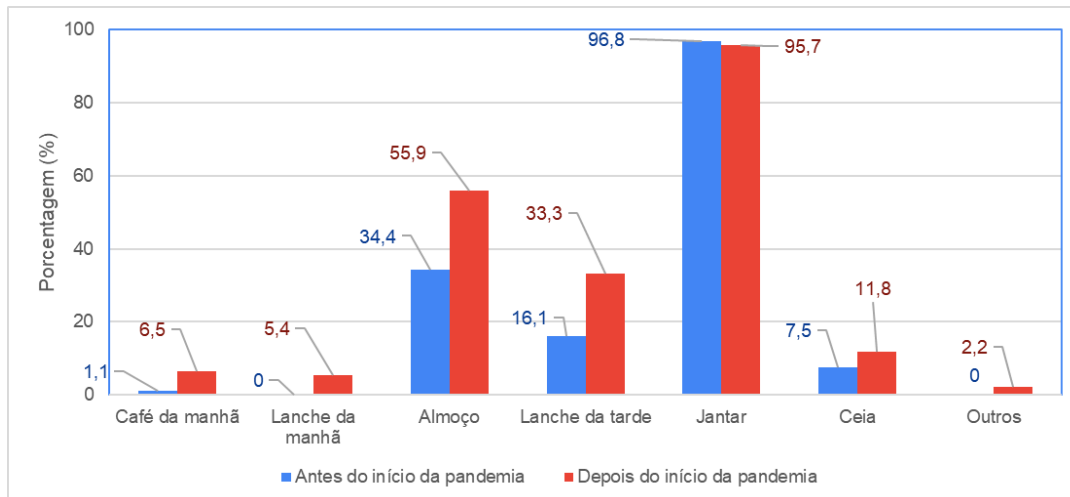


Figura 4: Distribuição da amostra pelo do serviço de *delivery* para *fast food* em relação ao tempo com pandemia vs sem pandemia de acordo com cada refeição.

A transformação no comportamento dos estudantes ocorreu pelo risco oferecido pelo coronavírus e é observada na Figura 4, a qual se verifica o aumento no percentual de pedidos nas refeições as quais o público não costumava utilizar o serviço de *delivery* anteriormente ao início da pandemia. A refeição do almoço onde apenas 34,4% dos respondentes costumavam solicitar *delivery*, saltou para 55,9%, ou seja, um aumento de 21,5% após o início da pandemia. Vale ressaltar que os respondentes podiam selecionar quantas opções forem necessárias para representar seu perfil de consumo. Observa-se que houve um aumento na frequência de menções nas refeições de almoço e café da tarde. Infere-se que este resultado se deu pois anteriormente os estudantes costumavam realizar suas refeições no Restaurante Universitário e na cantina, mas com o início do isolamento social essas refeições passaram a serem feitas em casa.

As refeições de café da manhã e lanche da manhã tiveram um aumento 6 vezes maior em vista dos registros pré pandêmicos, enquanto o almoço, lanche da tarde e ceia obtiveram uma frequência 2 vezes maior.

Este resultado pode ser explicado devido aos consumidores pararem de realizar majoritariamente pedidos no jantar e passarem a distribuir esta demanda em refeições ao longo do dia, como também observado por BOTELHO, CARDOSO e CANELLA (2020) que constatou o aumento de pedidos ao longo do dia.

## 5. Conclusões

O presente trabalho teve como finalidade estudar as mudanças que a Covid-19 ocasionou no serviço de *delivery* de *fast food* nos estudantes da UFSCar no Campus de Sorocaba, com foco nos seguintes objetivos: i) consumo do cliente de *delivery*; ii) gastos com o serviço; iii) momento de consumo.

De acordo com os dados coletados em relação ao *delivery* de *fast food*, infere-se que a pandemia impactou no aumento do consumo (71% maior comparado ao período sem pandemia), da frequência de pedidos (10 vezes maior quando comparado a frequência de pedidos do período sem pandemia) e dos gastos mensais (com a maior presença de respondentes presentes a uma classe maior de gastos).

Estima-se que os resultados apresentados quanto à alteração dos padrões de consumo derivam do isolamento social, do medo da população e da praticidade de alimentação proporcionada pelo *delivery*. Infere-se que o início da pandemia ocasionou toda uma cadeia de acontecimentos. Inicialmente, o isolamento social estimulou o consumo via *delivery* para suprir a ausência dos passeios em restaurantes. Na sequência, o medo da população de se infectar com o vírus motivou o uso do *delivery* para evitar a exposição e por fim, a praticidade, anteriormente desconhecida pela população devido à falta de hábito de utilizar o *delivery*.

Esta alta procura pode ser notada com o aumento do uso de *delivery* em situações nas quais não se era comum utilizar este tipo de serviço, como no café da manhã onde houve um aumento de 6 vezes maior na demanda para esta refeição.

Crê-se que a pesquisa possui alta importância para comerciantes de *fast food* e comércios que possuem como foco o público universitário, podendo ser utilizada como base para estudos de mercados para o serviço de *delivery* para universitários, uma vez que fornece informações de caracterização e perfil da amostra.

Pode-se inferir que várias características do público universitário contribuíram para os resultados da pesquisa. Tratando-se de um público que anteriormente realizava suas refeições onde lhes eram convenientes (no trabalho, em restaurantes, na universidade, etc.) com o início do isolamento estas refeições passaram a ser realizadas dentro de suas casas, e muitas vezes sendo solicitadas via *delivery*, devido que a carga acadêmica e profissional pode ter



continuado a mesma ou maior. Um ponto que pode se tornar uma limitação para pesquisas futuras replicadas para o país, é que o público universitário está composto majoritariamente por jovens menores de 30 anos, cenário que não se reflete na população brasileira.

Além das limitações do trabalho, infere-se que o método pode ter resultado em algum tipo de viés devido ao instrumento de coleta utilizado. Tratando-se de um formulário de auto preenchimento, pode ser que essa compreensão sobre o objeto do trabalho — *delivery de fast food* — tenha apresentado alguma distorção.

Vale destacar que todas as inferências feitas neste trabalho foram realizadas para a amostra de universitários coletada.

No âmbito acadêmico, o trabalho se mostra relevante devido ao estudo realizado sobre os usuários universitários do serviço de *delivery de fast food*, tornando um potencial trabalho para ser base para futuras pesquisas em relação ao sistema de *delivery*, serviços similares e pesquisas que abordam o perfil universitário. Diante disto, para trabalhos futuros sugere-se realizar um estudo com os estabelecimentos, para ter uma pesquisa com todas as visões.

## Referências

ABIA. **Sobre ABIA**. Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. 2022. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/sobre-abia#:~:text=A%20ind%C3%BAstria%20de%20alimentos%20e,6%25%20do%20PIB%20do%20Pa%C3%ADs.>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

ABRASEL. **Delivery chega a 89% dos restaurantes brasileiros com a pandemia da Covid**. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, 2021. Disponível em: <<https://abrase.com.br/noticias/noticias/delivery-chega-a-89-dos-restaurantes-brasileiros-com-a-pandemia-da-covid/>>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

ABRASEL. **COVID-19 Guia prático sobre como lidar com o problema em bares e restaurantes**. Brasília, DF: ABRASEL, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1gnSFdzF42fjpyKsoB6Ran7BLMiSgW4xo/view>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

ANR. (2021). **Alimentação na Pandemia: A visão dos operadores de Foodservice**. ANR Brasil. Disponível em: <[https://anrbrasil.org.br/wp-content/uploads/2021/12/20211203\\_Pesquisa\\_Operadores\\_ANR\\_Galunion\\_IFB.pdf](https://anrbrasil.org.br/wp-content/uploads/2021/12/20211203_Pesquisa_Operadores_ANR_Galunion_IFB.pdf)>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

BOTELHO, L., CARDOSO, L., CANELLA, D. COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida. Cadernos de Saúde Pública. 2020, v. 36, n. 11. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0102-311X00148020>>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

BRASIL (2020). Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020. Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. Diário Oficial da União. 20/03/2020; Edição: 55-H; Seção: 1 – Extra. Brasília, DF: Diário Oficial da República Federativa do Brasil.

CAMBRIDGE DICTIONARY. Tradução de delivery. Cambridge Dictionary . Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/delivery>>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

DIEESE. Salário mínimo nominal e necessário. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>. Acesso em: 18 set. 2022.

FINKLER, R. et al. (2020). Os impactos da pandemia de Covid-19: uma análise sobre a situação dos restaurantes. *Revista Turismo & Cidades*, São Luís, v.2, 88-103.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Disponível em: [https://blogdageografia.com/wp-content/uploads/2021/01/apostila\\_-\\_metodologia\\_da\\_pesquisa1.pdf](https://blogdageografia.com/wp-content/uploads/2021/01/apostila_-_metodologia_da_pesquisa1.pdf). Acesso em: 13 jul. 2022.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo. Atlas. 1991

GOMES, N. L. (2021). Requisitos e percepções do público universitário sobre os serviços de drive thru sob os efeitos da pandemia do COVID-19. Departamento de Engenharia de Produção de Sorocaba, Universidade Federal de São Carlos - UFSCar, Sorocaba, SP, Brasil.

GRUPO CCR. **Sorocaba é considerada uma das cidades mais desenvolvidas do país**. G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/especial-publicitario/estrada-para-crescer/noticia/2021/05/11/sorocaba-e-considerada-uma-das-cidades-mais-desenvolvidas-do-pais.ghtml>. Acesso em: 15 jul. 2022.

How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever. McKinsey & Company. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>. Acesso em: 2 jun. 2022.

IBGE. Estatísticas de Gênero. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps>. Acesso em: 18 set. 2022. Acesso em: 18 set. 2022.

IBGE. **Sorocaba (SP) | Cidades e Estados**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/sorocaba.html>. Acesso em: 16 jul. 2022.

IFOOD. **Sobre o iFood**. Disponível em: <https://institucional.ifood.com.br/>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022. Disponível em: <[https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?=&t=series-historicas&utm\\_source=landing&utm\\_medium=explica&utm\\_campaign=desemprego](https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?=&t=series-historicas&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=desemprego)>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

MENIGHINI, G. V. .; OLIVEIRA, J. C. C. de .; SILVA, V. de C.; PIACENTE, F. J. Impact of pandemia on demand by food delivery application in Piracicaba/SP. *Research, Society and Development*, [S. l.], v. 10, n. 6, p. e28310615945, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i6.15945. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/15945>. Acesso em: 15 apr. 2022.

NUNES, M. Compras de mercado por delivery ganham espaço na rotina dos brasileiros - iFood News. Disponível em: <<https://news.ifood.com.br/compras-de-mercado-por-delivery-ganham-espaco-na-rotina-dos-brasileiros/>>. Acesso em: 16 abr. 2022.

OLIVEIRA, M. T. C.; ABRANCHES, M. V.; LANA, R. M. (In)Segurança alimentar no contexto da pandemia por SARS-CoV-2. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 36, n. 4, p. 1-6, 2020. DOI: 10.1590/0102-311x00055220. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/TBP3jQfHtrcNpYJ4zQvXzQk/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

OPAS. **Folha informativa sobre COVID-19**. Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19>>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

OPAS. **Histórico da pandemia de COVID-19**. Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

OTAVIANO, Sávio Martins. Atributos determinantes na escolha de fast food: um estudo aplicado em estudantes universitários. 2013. 59 f., il. Monografia (Bacharelado em Administração)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

Pandemic (COVID-19). **Our World in Data**, 2020. Disponível em: <[https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID\\_WRL#citation](https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL#citation)>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUALTRICS. **Como calcular o tamanho da amostra para a sua pesquisa**. Qualtrics BR. Disponível em: <<https://www.qualtrics.com/pt-br/gestao-de-experiencia/determine-sample-size/>>. Acesso em: 19 set. 2022.

RITCHIE, H., MATHIEU, E., GUIRAO, L., APPEL, C., GIATTINO, C., OSPINA, E., HASELL, J., MACDONALD, B., BELTEKIAN, D., ROSER, M. (2020) - Coronavirus

SANTOS et al. Qualidade de vida e alimentação de estudantes universitários que moram na região central de São Paulo sem a presença dos pais ou responsáveis. *Revista Simbio-Logias*, v.7, n.10, 2014.

SANTANA, A., COSTA, M., SHINOHARA, N. Feeding in times of pandemic Coronavirus: the resignification of an everyday and dietary practice. *Research, Society and Development*, [S. l.], v. 10, n. 3, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i3.13442. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/13442>. Acesso em: 10 abr. 2022.

SEBRAE. **Plataformas de Delivery**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2020. Disponível em: <[https://digital.rn.sebrae.com.br/storage/arquivo\\_conteudo/pdf/Infogr%C3%A1fico-Plataformas-de-Delivery-CMYK-vers%C3%A3o-final-2.pdf](https://digital.rn.sebrae.com.br/storage/arquivo_conteudo/pdf/Infogr%C3%A1fico-Plataformas-de-Delivery-CMYK-vers%C3%A3o-final-2.pdf)>. Acesso em: 14 jul. 2022.

SILVA, I. C. M.; SOUSA, A. K. O.; COSTA, C. S. Consumo de Fast Food por Estudantes do Curso de Nutrição em uma Instituição de Ensino Superior de Quixadá-CE. In: IV JORNUTRI – JORNADA DE NUTRIÇÃO, 34., 2019, Quixadá. Ceará: CISNE Faculdade de Quixadá.

Silva, M. R. (2021). *O crescimento das empresas de delivery no contexto da pandemia*. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Universidade Federal de Santa Catarina. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. 138p.

TURRIONI, J., MELLO, C. Metodologia de pesquisa em engenharia de produção: estratégias, métodos e técnicas para condução de pesquisas quantitativas e qualitativas. 2012. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Itajubá. Itajubá, 2012.

UFSCAR. Apresentação. Disponível em: <https://www.sorocaba.ufscar.br/o-campus>. Acesso em: 18 set. 2022.

WHO. **Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard: Brazil**. Disponível em: <https://covid19.who.int/region/amro/country/br>. Acesso em: 20 Mar. 2022.