

# Proposta de desenvolvimento de uma aplicação *mobile* para serviços de delivery alimentício e impactos da computação móvel no mercado gastronômico

Francisco José Carvalho Costa<sup>1</sup>, Marcos Antonio Lima Neri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Estadual do Piauí (UESPI)  
Parnaíba – Piauí – Brasil.

{franciscojoseatdl3, contatomarcosfiilho}@gmail.com

**Resumo:** *A facilidade de acesso a serviços e informações a qualquer hora e lugar por meio de aplicações mobile revolucionou o mercado. Este trabalho discute sobre como a mobilidade impacta de maneira positiva no acesso a serviços de delivery gastronômicos, e apresenta uma proposta de aplicação mobile para auxiliar no atendimento de atividade delivery em restaurantes e lanchonetes self-service, com a possibilidade de customização de pratos pelos clientes usuários, os resultados aqui apresentados abordam uma série de relatos a respeito da experiência de usuário em aplicativos de delivery.*

**Delivery, mobilidade, aplicativo, customização.**

**Abstract:** *The Ease of access to services and information anytime and anywhere through mobile applications has revolutionized the market. This paper will discuss how mobility positively impacts access to food delivery services and present a mobile application to assist in the delivery of care activity in restaurants and cafeterias self-service, with the possibility of customization of dishes by user clients customers, the results presented here address a number of reports about the user experience in delivery applications.*

**Delivery, mobility, application, customization**

## 1.Introdução

A contemporaneidade permeia cada vez mais espaços de acessibilidade e comodidade proporcionadas pelo uso da tecnologia, a facilidade na maneira inovadora de fazer compras no mercado virtual, potencializou maior dinamismo na realidade de compra e venda e na relação entre mercado consumidor e o mercado fornecedor. Com a popularização de aparelhos digitais móveis, aplicativos *mobile* passam a oferecer maior praticidade na solicitação de serviços, seja na hora de pedir comida ou mesmo enviar um e-mail.

O Serviço de entrega de comida é um ramo em constante crescimento no mercado nacional. Como pode-se observar com base em dados fornecidos pela Abrasel (2018), o faturamento do ramo alimentício cresce a cada ano numa escala anual de pelo menos 1 bilhão de reais e, em 2017, ainda segundo a entidade, o setor fechou o faturamento em 10 bilhões de reais, além de lucrativo, os serviços delivery com auxílio de aplicativos *mobile* oferecem maior comodidade e praticidade na hora de solicitar o serviço de entrega pois pode acessado de qualquer lugar.

O termo delivery diz respeito ao serviço de entrega de produtos em endereço solicitado. A discussão feita nesta pesquisa, tem como objetivo conhecer os impactos da tecnologia na

maneira como a sociedade tem feito uso de delivery de espaços gastronômicos, e propor um ambiente *mobile* que oferece como pressuposto básico, a automação do serviço delivery aonde os clientes podem por meio de cardápio dinâmico, escolher o que irá compor o seu prato de maneira detalhada.

Será feito aqui uma abordagem de caráter científico à experiência vivida por um grupo de bacharelados em ciência da computação, da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, na primeira roda de startups do programa SEBRAE *like a boss* em Parnaíba Piauí, que se trata de uma atividade de pré-aceleração é caracterizado como uma pré-aceleração de startup, que se classifica como é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável<sup>1</sup>

## **2. Aporte Teórico**

A computação móvel potencializa o acesso a informação e solicitação de serviços a qualquer hora e lugar. A mobilidade, em aspectos computacionais pode ser caracterizada como o “uso pelas pessoas de dispositivos móveis portáteis funcionalmente poderosos que ofereçam a capacidade de realizar facilmente um conjunto de funções de aplicação, sendo também capazes de conectar-se, obter dados e fornecê-los a outros usuários, aplicações e sistemas” (LEE; SHINEIDER; SCHELL, 2005, p. 1).

Os aplicativos móveis estão mudando a maneira como o mercado consumidor se comporta ao solicitar entrega de refeições, e a “conveniência e a poderosa funcionalidade oferecidas pelos dispositivos móveis, tais como telefones celulares, tiveram como resultado muitas pessoas já terem optado pelo uso da mobilidade. Dois dos maiores grupos de pessoas que utilizam dispositivos móveis são os profissionais e os consumidores (LEE; SHINEIDER; SCHELL, 2005, p. 10).

Segundo matéria da Forbes o Brasil é o maior mercado de entrega de comida da América Latina, isso se dá pelo fato de o serviço delivery oferecer mais praticidade e comodidade aos consumidores que procuram cada vez mais otimização de tempo. Ainda conforme a matéria o mercado tem se adequado cada vez mais às necessidades que surgem frente a adequação tecnológica em que o mercado consumidor se insere.

Novos espaços de mercado precisam ser buscados pelas empresas, como uma maneira de proteger sua posição mercadológica, então há a necessidade de estratégias e possibilidades para manter-se nesta realidade estratégias dentro da realidade do mercado precisam ser traçadas. Em relação a estratégias, Portes (1986) caracteriza como o potencial de “diferenciar o produto ou o serviço oferecido pela empresa, criando algo que seja considerado único, no âmbito de toda a indústria”.

É cada vez maior o número de serviços oferecidos que não necessitam da presença do cliente. Tal realidade é resultado da inovação no ambiente empresarial e social proporcionada pela tecnologia digital, Mariano e Mayer (2012) fundamentam que a inovação pode ser vista como uma reinterpretação de um serviço ou produto. A realidade do serviço de entrega passa por adaptações inovadoras como a inserção de aplicativos *mobile* como ferramenta de comunicação entre clientes e empresas que fornecem serviço de entrega gastronômicas.

## **3. Descrição do ambiente digital *mobile***

De maneira geral o aplicativo tem como foco auxiliar na virtualização do serviço delivery em restaurantes ou outros estabelecimentos gastronômicos com opção de self-service. O ambiente digital para aparelhos tecnológicos digitais móveis, auxilia na logística de recepção e

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/startups/18963/afinal-o-que-e-uma-startup>

entrega de pedidos em estabelecimentos que ofereçam serviço delivery. Sua construção baseada em uma arquitetura cliente servidor, onde na camada cliente, todas as funcionalidades serão disponibilizadas para o usuário assim como organizadas e exibidas a partir do menu ou tela principal, na camada servidor será feita a gerencia de funcionamento da aplicação, tais como banco de dados e administração de requisições ao sistema pelo usuário.

A aplicação será baseada na arquitetura cliente servidor. A cama cliente contém dois módulos de funcionamento, onde um modulo é composto pelas funcionalidades para o cliente usuário e o segundo pelas funcionalidades para o cliente empresário ou fornecedor. No modulo cliente usuário, telas de cadastro, escolha do estabelecimento que fará o pedido, e montagem de pedido é exibido de acordo com a escolha do serviço a ser utilizado na tela inicial, o cadastro do cliente garante maior segurança e praticidade no uso da aplicação, praticidade ao ponto em que seus dados como nome e endereço ficaram pré cadastrados, e disponíveis para alteração caso seja de vontade do usuário.

A versão para o cliente empresário é composta por cadastro inicial da empresa e escolha de tipo de cardápio que será disponibilizado entre os tipos aberto ou fechado, a ênfase da aplicação é para cardápios abertos ou customizáveis na montagem do prato. Para oferecer uma experiência de usuário mais confortável e envolvente, opta-se por disponibilizar a montagem dos pratos arrastando cada item ao prato, de acordo com a quantidade ou outras medições que se deseja disponibilizar.

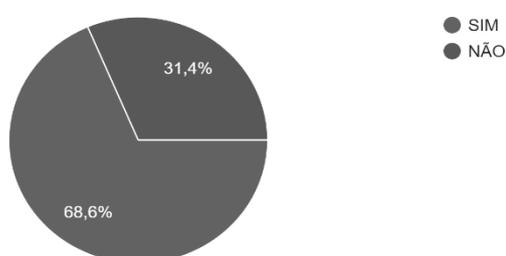
#### 4. Resultados e discussões

Durante o planejamento mercadológico da startup, os acadêmicos coletaram dados e opiniões a respeito do serviço delivery em que os participantes da pesquisa tinham acesso, e buscou-se também, conhecer como era a experiência de usuário frente a usabilidade dos aplicativos para serviços delivery. Foram analisados dados levantados por meio de formulário online de autoria própria em cinco estados do Brasil, visto que pelo menos 90% dos participantes são do estado do Piauí e ainda cerca de 69% dos envolvidos na pesquisa fazem uso de serviço de entrega de serviço delivery por meio de aplicativos *mobile* como disposto no gráfico 1.

Gráfico 1

Já utilizou algum aplicativo para "Pedir Comida" ?

86 respostas



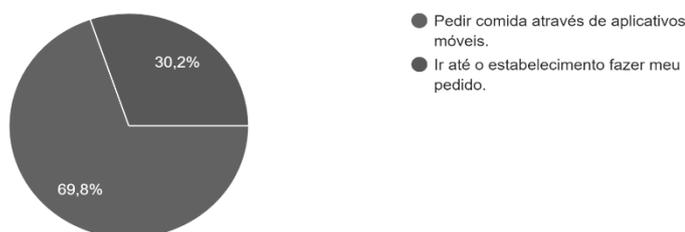
Todavia alguns estabelecimentos comerciais gastronômicos ainda não utilizam de serviços de automação midiático digital para receber pedidos ou atender aos clientes que preferem ou precisam receber comida em casa, com base nesta realidade levantamos um

questionamento sobre a preferência dos clientes em aspecto de veiculação do pedido e pelo menos 70% das respostas foram favoráveis ao uso de aplicativos para pedir comida.

Gráfico 2

Eu prefiro...

86 respostas

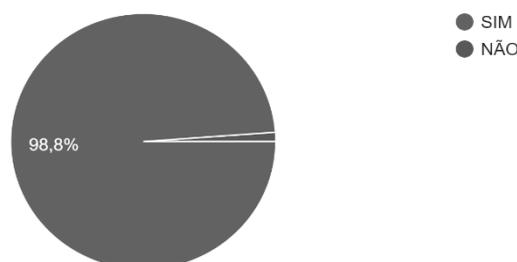


Uma das características básicas da aplicação aqui proposta é proporcionar a customização de pratos, ou seja, escolher de maneira individual o que vai compor o prato. Nos dados coletados a respeito da funcionalidade aqui descrita, 98% das respostas mostram-se favoráveis a opção.

Gráfico 3

Se você pudesse montar seu prato da sua maneira seguindo um cardápio disponível, você se interessaria?

86 respostas



Para, de maneira geral, conhecer melhor as necessidades dos clientes usuários envolvidos na pesquisa e a opinião deles a respeito das funcionalidades de aplicações já presentes no mercado, o público envolvido foi questionado sobre o que poderia ser melhorado nas aplicações em que eles faziam uso, as respostas em alusão à liberdade de escolha de maneira detalhada dos produtos que irão compor o prato foram as mais frequentes, assim como a possibilidade de diálogos com a empresa que presta o serviço de entrega.

Todos os dados coletados influenciaram na montagem do mínimo produto viável (MVP) da aplicação no *like a boss*; a rodada de pré-aceleração startups contou com momentos de formação aos potenciais empresários envolvidos, ajudando a entender melhor o mercado, o público alvo e quais as potencialidades da aplicação para que se tornasse um produto com efetiva funcionalidade e possibilidade escalabilidade. A pesquisa de opiniões validou também algumas hipóteses a respeito das necessidades que a aplicação aqui proposta poderia responder, como montagem de pratos e um diálogo mais claro e detalhado do que fará parte do aplicativo.

## 5. Considerações finais trabalhos futuros

As aplicações *mobile* revolucionaram a maneira de pedir comida atualmente. A praticidade e a comodidade dos serviços delivery atreladas aos aspectos da computação móvel, criam um universo de extensão de possibilidades de acesso e solução de problemas facilitadas no ramo alimentício delivery. Aplicação apresentada aqui, proporciona aos ambientes self-service, fazer parte do mercado virtual *mobile* sem que haja necessidade de adequação de sua logística de funcionamento, levanto em consideração que alterações na veiculação de atendimento implica diretamente na dinâmica de funcionamento do ambiente.

Como trabalhos futuros, será dada continuidade ao desenvolvimento da aplicação, levando em consideração que o aplicativo é um produto de mercado, todas as etapas de levantamento de requisitos e funcionalidades fazem parte do produto como um todo. Os testes e validação serão feitos em ambientes mercadológicos que tenham características necessidades ligadas ao perfil de funcionamento da aplicação, como bares e restaurantes, por exemplo.

## 6. Referências

- ABRASEL. Mercado de delivery de comida fatura mais de 10 bilhões no Brasil. Disponível em: <http://www.sp.abrasel.com.br/noticias/4410-27022018-mercado-de-delivery-de-alimentos-fatura-mais-de-r10-bi-no-brasil>. Acesso 30 jul. 2019.
- Oliveira, Leila Cristina da Silva, APLICAÇÕES MÓVEIS NO ATENDIMENTO AO CLIENTE: ESTUDO DE CASO DO APLICATIVO UNICEUMA - Mobile Applications In Customer Service: Case Study Of The UNICEUMA Application. Revista Eletronica de Gestão Organizacional v. 15 (2017). p. 118-128.
- Dias, Dvison Willian; Marques, Patricia Carvalho; Gomes, Renan Cordeiro;Junior; Edvaldo Miranda. ANÁLISE SWOT: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DELIVERY LOCALIZADA EM JUAZEIRO-BA. Disponível em: [https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-fd22bb8ac0a69d37d078dd2aac2b0dc1c3b83941-segundo\\_arquivo.pdf](https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-fd22bb8ac0a69d37d078dd2aac2b0dc1c3b83941-segundo_arquivo.pdf). Acesso em: 12 ago. 2019.
- LEE, Valentino; SCHNEIDER, Heather; SCHELL, Robert. Aplicações Móveis. 1. ed. São Paulo: Makron Books, 2005.
- Porter (1996) - O Que é Estratégia. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/305941701/Porter-1996-O-Que-e-Estrategia>. Acesso em 10 ago. 2019.