



Alimentos e Bebidas

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

MAIO | 2018



Serviço de *delivery* Oportunidades para Alimentos e Bebidas

A alimentação fora do lar movimentou cerca de R\$ 184 bilhões no Brasil em 2016. Trata-se de um mercado em crescimento e que tem se desenvolvido por conta de uma série de fatores, como a rotina de trabalho que inviabiliza a preparação de alimentos em casa e o aumento da renda familiar ou individual. Outro mercado que tem se desenvolvido por conta dos mesmos fatores é o de *delivery* de alimentos e bebidas. O relatório apresenta informações sobre o mercado de *delivery*, aplicativos, tipos de produtos, dicas e orientações para adotar o *delivery*, modelos de negócios e ações recomendadas.

Crescimento do *delivery*

O *delivery* de alimentos e bebidas ocorre há muitos anos, por exemplo, com a entrega de pizzas com pedidos feitos por telefone. Porém o mercado está aquecido pela praticidade que os aplicativos de *delivery* trazem aos consumidores e aos empresários. De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel):

12% é o crescimento anual do mercado de *delivery*.

R\$ 1 bilhão é o aumento no faturamento desse mercado por ano.

R\$ 9 bilhões foram movimentados com o *delivery* em 2015 no Brasil.

Vantagens do *delivery*

Para as empresas de alimentos e bebidas:

- aumento do faturamento ao incluir a opção de *delivery*;
- expansão da área de atendimento, a fim de possibilitar que pessoas que não são do bairro conheçam a comida do restaurante;
- aumento das vendas no restaurante, por se tornar conhecido por meio do *delivery*;
- potencial para fidelização do cliente por meio da personalização dos pedidos.

Para os consumidores:

- conveniência de comer algo diferente no conforto de casa;
- facilidade de fazer pedidos pelo *site*, telefone ou aplicativo;
- não ter que ir ao mercado e cozinhar;
- economia de tempo ao dispensar o preparo do alimento;
- praticidade de poder comer em poucos minutos uma comida que levaria horas para ficar pronta.

Fontes: Brasil Food Trends 2020. Brasil Food Trends. *Delivery de comida: quais são as vantagens*. Assai. 2017.

10 vantagens de pedir comida *delivery*. Blog Pizza Prime. 2017.

Aplicativos

No mercado de *delivery*

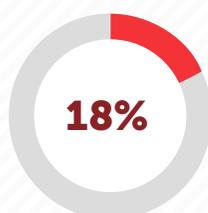
A busca por conveniência, conforto, economia de tempo e segurança são alguns dos fatores que contribuem para o crescimento do mercado *delivery*. Fortalece o mercado o surgimento de aplicativos que tornam a vida do consumidor e do restaurante mais fáceis.

Comportamento do brasileiro

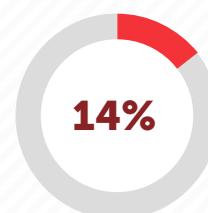
De acordo com pesquisa do iFood junto ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), dentre os participantes do estudo:



consomem comida de *delivery* uma vez por semana.



realizam pedidos duas vezes na semana.



realizam pedidos *delivery* mais de duas vezes na semana.

Com relação ao horário:



dos pedidos realizados são para o jantar dos fins de semana.

Com relação à classe:



dos clientes que pedem *delivery* são da classe B.

Com relação ao público:



dos pedidos são para famílias (cônjuges e filhos).



são para pessoas que moram apenas com um companheiro.



são para pessoas que moram com amigos ou parentes.



são para pessoas que moram sozinhas.



Entre as razões para realizar pedidos via aplicativos ou *sites* estão: a facilidade de fazer o pedido, o fácil acesso aos cardápios e não precisar falar com um atendente.

Vantagens dos aplicativos

Algumas das vantagens para os restaurantes usarem os aplicativos são:

- redução de erros, seja de anotação de pedido ou endereço incorretos;
- dispensa a necessidade de ter uma pessoa alocada para pegar pedidos, podendo destiná-la a outras atividades;

- aumento na capacidade de recebimento de pedidos, ao não ter que dispender alguns minutos apenas para pegar o pedido;
- facilidade de pagamento, dispensando a necessidade de andar com máquinas de cartões ou com o troco em dinheiro;
- melhoria no atendimento ao cliente, ao poder informar o *status* do pedido, a identificação do entregador, e gerar uma rapidez no atendimento geral, entre outras.

Aplicativos populares



iFood

É o aplicativo de *delivery* mais popular do Brasil. O iFood conecta consumidores e restaurantes, atendendo mais de 150 mil pessoas por dia e entregando 3 milhões de pedidos por mês.



SpoonRocket

Vertente do iFood, a empresa é uma opção para os restaurantes que querem terceirizar a entrega dos pratos.



Uber Eats

Atento ao mercado do *delivery*, o Uber resolveu entrar no mercado e ser outra opção para os restaurantes que querem terceirizar a entrega dos pratos.



Facebook

A empresa resolveu expandir seus serviços para o ramo de *delivery online*. Restaurantes podem inserir cardápios em suas páginas e empresas podem desenvolver aplicativos para possibilitar que pedidos sejam feitos *online*.

Além dessas empresas, existem as desenvolvedoras de aplicativos que criam soluções para os restaurantes que desejam ter aplicativo próprio.

Tecnologia para *delivery*

Pode Pedir

A empresa fornece uma infraestrutura que possibilita que os estabelecimentos tenham uma ferramenta para receber pedidos de *delivery*. O diferencial está nas capacidades da ferramenta que viabiliza a emissão de relatórios para o cruzamento de informações, a fim de gerar maior competitividade ao cliente.

Neemu

A empresa possui ferramenta que viabiliza que os restaurantes tenham o seu próprio aplicativo de *delivery*. Entre as funcionalidades do app estão o sistema de alerta sonoro, a notificação e a impressão de pedidos automatizada.

Fontes: Sobre. iFood. About. Uber Eats. Cadastre seu restaurante. SpoonRocket. Delivery app. Neemo. Tenho interesse. Pode pedir. Pesquisa do iFood revela hábitos de consumo no *delivery*. Meio e Mensagem. 2016. Como os aplicativos de *delivery* vêm mudando o mercado de entrega de comida no Brasil. Exame. 2017. Segundo dados, *delivery online* bateu recordes em 2017: rede social é ferramenta alternativa de *delivery* para restaurantes. Exame. 2018.

Delivery

Tipos de produtos

Não são apenas as pizzarias e hamburguerias que fazem uso do *delivery* para atender a seus clientes. Com a popularização dos aplicativos, empresas que comercializam outros tipos de produtos também se atentaram e têm investido nessa ferramenta.



Alimentos

- Congelados
- Funcionais
- Orgânicos
- Pratos de restaurantes
- Kits de ingredientes



Bebidas

- Alcoólicas
- Não alcoólicas

Mercado para *delivery*

Além da conveniência e praticidade, outra tendência identificada pelo Brasil Food Trends 2020 é a busca pela saúde e bem-estar, o que envolve:

- refeições apropriadas para pré ou pós-treinos;
- refeições apropriadas para pessoas com intolerâncias e alergias;
- refeições nutricionais e balanceadas;
- alimentos orgânicos diretos do produtor.

Alguns negócios vão além do serviço do *delivery* em uma entrega. Algumas empresas têm ofertado o serviço de assinatura de alimentos, em que, por exemplo, se assina o pacote de entrega de uma cesta de alimentos orgânicos uma vez por semana.



Fontes: Brasil Food Trends 2020. Brasil Food Trends. A life mais. Life mais. Quem somos. Varanda.

Empreendedorismo

Orientações aos empresários

Para que um serviço de *delivery* seja bem-sucedido, é necessário preparar a estrutura e a equipe para atender à demanda gerada por esse mercado. Existem relatos de empresas que afirmam que o *delivery* consiste em cerca de 40% da demanda dos pedidos, portanto, é fundamental o investimento em tempo e recursos na preparação da estrutura.

Para iniciar na área

Análise de mercado

Para iniciar no mercado de *delivery*, é importante atentar para questões como:



Público

- *Qual o público que se deseja atender?*
- *Há interesse e procura por alimentos delivery nesse mercado?*

É importante conhecer o público a fim de saber suas expectativas e comportamentos, e se há mercado suficiente para o *delivery*.



Localidade

- *Qual a área a ser atendida?*

Considere o tempo de viagem do entregador do estabelecimento ao ponto de entrega, e a qualidade do alimento na chegada.



Vendas

- *Qual o volume de vendas que se deseja alcançar?*

Definir os objetivos ou metas associadas com a implementação do *delivery* é fundamental para criar estratégias de negócios e tomar decisões.

Análise do produto



Cardápio

- *Quais pratos serão comercializados para delivery?*

Considere adotar um cardápio reduzido, com alimentos que sejam mais firmes e que consigam manter sua apresentação após a entrega.



Apresentação

- *Qual será a apresentação do prato no delivery?*

Considere uma montagem simples, que possa ser feita rapidamente, e que aguente a viagem.



Embalagens

- *Que embalagem será usada?*
- *Como assegurar que o alimento chegue ao consumidor com uma boa apresentação e temperatura adequada?*

Pesquise as opções como: isopor, plástico, papel etc.



Para saber mais sobre embalagens, confira o relatório Rótulos e embalagens.

Análise do estabelecimento

O estabelecimento deve possuir uma estrutura física apropriada, o que inclui:



Estrutura física

- *A cozinha possui estrutura suficiente para atender a demanda?*
- *Qual a área da cozinha destinada para os alimentos delivery?*

Se for possível separar as equipes da cozinha entre as dedicadas ao *delivery* e as dedicadas ao restaurante físico. Essa estratégia é ideal para evitar atrasos na produção dos alimentos.



Fluxo

- *Qual a movimentação do pessoal e dos alimentos na cozinha?*
- *Como será a circulação de entregadores pela cozinha?*

Este é um fator que deve ser pensado, tanto em termos de segurança alimentar quanto de otimização do fluxo de trabalho.

Análise da entrega

Deve-se pensar em como a entrega será realizada:



Entregadores

- *Contratados pelo estabelecimento ou terceirizados?*

Deve-se pensar em custos associados com a contratação própria ou a terceirização e estudar as vantagens e desvantagens associadas a cada uma delas.



Veículos

- *Carros, bicicletas ou motocicletas?*

Deve-se considerar os valores da sua empresa, a distância, os custos dos combustíveis, a demanda, entre outros fatores.

A tecnologia do *delivery*

Funcionalidades básicas

- **Registrar o pedido:** a funcionalidade básica de tecnologias de *delivery* é o registro do pedido para repasse ao restaurante para a produção do alimento.
- **Informar o preço:** as soluções usadas no *delivery* registram o pedido, adicionando-o em um carrinho, que informa o valor a ser pago ao cliente quando encerrado.
- **Informar o tempo de entrega:** com base na distância do estabelecimento até o ponto de entrega, a complexidade do pedido e a disponibilidade de entregadores.
- **Oferecer cardápio:** outra funcionalidade básica é a oferta de cardápios para que os clientes possam consultar os pratos disponíveis para *delivery*.

Funcionalidades que são diferenciais

- **Assistir à linha de produção:** isso dá mais segurança ao consumidor, ao possibilitar que ele veja os cozinheiros manipulando os alimentos.
- **Informar o status do pedido:** a funcionalidade reduz a ansiedade do cliente com relação ao *status* do seu pedido e gera uma maior satisfação com relação à empresa e ao produto.
- **Informar o entregador:** dá mais segurança ao cliente, que pode ver o nome e a foto do entregador, a fim de reduzir riscos de cair em situações de perigo, quando terceiros se passam por entregadores.

Aplicativos de *delivery*

✓ Baixo custo ao envolver apenas a preparação do estabelecimento para atender à demanda.

✓ Potencial de atração de uma grande clientela, por conta de milhares de usuários já terem o aplicativo.

✗ Pagamento de porcentagem do valor do pedido para a empresa do aplicativo.

✗ Concorrência direta e indireta com outros estabelecimentos.

Aplicativos próprios

✓ Fortalecimento da marca da empresa.

✓ Tecnologia adequada às necessidades da empresa, podendo ser totalmente customizada.

✓ Possibilidade de emitir relatórios e analisar informações do seu mercado e clientela.

✗ Investimento maior a ser realizado, com a contratação de empresa desenvolvedora de aplicativos.

✗ Requer maior esforço para divulgar e promover o aplicativo entre clientes.

✗ Menor potencial de atração de clientela.

Fatores de sucesso

Apresentação



No caso de *delivery*, as embalagens têm uma importância que vai além da comunicação visual. Elas afetam a qualidade e a apresentação do produto, portanto, deve-se atentar para:



Ter embalagens seguras que reduzam a interferência do meio externo no alimento, arriscando a segurança deste para consumo.



Ter embalagens firmes que preservem a estrutura e a apresentação do prato.



Incluir talheres, guardanapos e molhos para que o alimento seja consumido.

As embalagens têm uma grande importância no *delivery*, pois, além de estarem associadas à qualidade do alimento, fazem parte da apresentação do estabelecimento.

Comunicação

- **Fotos:** contratar profissionais para tirar boas fotos dos alimentos, uma vez que elas serão divulgadas em diversos meios: dos cardápios às mídias sociais.
- **Mídias sociais:** identificar quais as mídias sociais que o público-alvo utiliza, a fim de definir quais são interessantes fazer parte.
- **Comunicação:** identificar que outros canais de comunicação a empresa pode ter com o cliente, atribuir responsáveis para cuidar da comunicação e interação nesses canais.

Serviço

A prestação de um serviço de qualidade é importante no *delivery*, pois é um dos pontos pelos quais o cliente irá avaliar o restaurante. Deve-se atentar para:



Tempo de entrega: o que envolve possuir um fluxo de trabalho organizado na cozinha, uma equipe bem treinada e eficiente, veículos em bom estado, entregadores rápidos e logística eficiente.



Atendimento: no caso do *delivery* que se utiliza de aplicativos, o atendimento acaba por se limitar à comunicação com o entregador. Este, por sua vez, deve ser bem treinado para prover um atendimento de qualidade aos consumidores.

A logística eficiente envolve a roteirização da entrega, que pode ser feita automaticamente por programas, ou manualmente utilizando ferramentas como o Excel.

Fontes: Como criar um sistema de delivery? Pequenas empresas grandes negócios. Ulisses Constantini. Passo a passo de um delivery eficiente: da cozinha até seu cliente! Sischef. 2017. O mercado delivery está em alta. Aproveite esta oportunidade. inFood. 2018.

Modelos de negócios

De entrega de alimentos e bebidas

Com os dados positivos do crescimento do mercado de *delivery*, diversas empresas têm inovado no modelo de negócios para se diferenciar. Conheça alguns exemplos a seguir.

Loggi

A empresa disponibiliza uma plataforma *online* que facilita a contratação de *motoboys*. A plataforma usa geolocalização para identificar os *motoboys* mais próximos do endereço da contratante, gera um protocolo que possibilita acompanhar a entrega em tempo real por meio de aplicativo ou pelo *site*.



Eco Bike Courier

A empresa realiza entregas para *e-commerces* e restaurantes, usando a bicicleta como meio de transporte. São entregas realizadas de forma rápida e sustentável. Os colaboradores são treinados para prover um serviço de alta qualidade e entregas rápidas, e cada contratante possui um entregador exclusivo para atender as suas demandas.



Uber Eats e SpoonRocket

As duas empresas possuem o mesmo modelo de negócios: são alternativas para restaurantes que não possuem *delivery* próprio e optam por terceirizar a entrega. As empresas possuem um aplicativo com os restaurantes parceiros e que possibilita o cliente acompanhar o pedido.

A SpoonRocket vai além e auxilia os restaurantes a desenvolver cardápios apropriados para o *delivery*, a tirar fotos que valorizem os pratos, além de fornecer embalagens para as entregas aos primeiros clientes.





AÇÕES RECOMENDADAS



Mantenha-se atualizado no mercado de Alimentos e Bebidas ao acessar conteúdos da área, como o [Sistema de Inteligência Setorial do Sebrae Santa Catarina \(SIS-SC\)](#), que tem informações aos pequenos negócios que atuam em A&B:

- Alimentação fora do lar: o mercado de food service
- Como explorar o mercado de alimentação saudável



Busque capacitações para desenvolver o seu negócio. O Sebrae oferece cursos [presenciais](#) e [a distância](#) que podem ser relevantes ao seu negócio, como, por exemplo:

- Como analisar o mercado
- Marketing digital: oportunidade de ouro para crescer o seu negócio
- Potencialize suas vendas
- Planeje-se para o comércio eletrônico
- Como gerenciar as finanças da sua empresa

Embora alguns dos cursos não sejam focados especificamente no *delivery*, eles abordam temas relacionados – e-commerce – e o aprendizado é aplicável ao *delivery*.



Estude as opções disponíveis para possibilitar a oferta do *delivery*, e adote a que melhor se adequar ao seu negócio. Para tanto, considere firmar parcerias com outras empresas que complementam o serviço prestado ou invista em um bom planejamento para minimizar riscos do investimento a ser realizado.



Conte com o [Sebrae](#) para melhorar o seu negócio. O [Sebraetec](#) é um programa que fornece apoio às MPEs nas áreas de inovação, design, sustentabilidade, entre outras. Contate um consultor na [unidade mais próxima](#) ou pelo 0800 570 0800 para obter mais informações.

**Alimentos
e Bebidas**
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
MAIO | 2018



Coordenador: Fábio Burigo Zanuzzi
Gestor do Projeto: Leandro Silveira Kalbusch
Analista de Informação: Paula Kaneoya
Supervisor de Conteúdo: Alan David Claumann

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para: atendimento.sis@sc.sebrae.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para: falecom.sis@sc.sebrae.com.br