

# Delivery de Alimentos e Bebidas

Entenda o comportamento do consumidor de *delivery* nas redes sociais

O mercado de *delivery online* de alimentos é um dos que mais cresceu desde 2014 no Brasil, sendo um dos principais responsáveis por puxar a alta do segmento *food service* ou alimento consumido "fora de casa". Com o alastramento da pandemia da Covid-19, que levou milhões de pessoas ao isolamento social, este tipo de serviço tem sido mais solicitado e se tornou a alternativa mais viável tanto para que a população evite sair de casa quanto para os negócios do ramo aumentarem as vendas.

## MERCADO DE DELIVERY GLOBAL

Maiores faturamentos globais de 2020 em US\$ bilhões



Número global de usuários de *delivery* por meio de aplicativos



\* Expectativa.  
Fonte: Online Food Delivery. Statista, maio de 2020.

Aplicativos mais utilizados pelos consumidores

Aplicativo	Média de buscas mensais	Crescimento das pesquisas (2016 x 2019)
<b>iFood</b>	1,2 milhão	100%
<b>Uber Eats</b>	246 mil	2.300%
<b>Rappi</b>	183 mil	92.700%
<b>Loggi</b>	90,5 mil	140%
<b>euentregos</b>	3,2 mil	14%

Fonte: Revista EXAME com dados da SEMRush, 2019.

Vantagens e desvantagens em usar APP de *delivery*

### Vantagens

- O pedido é feito *online*, sem esperas.
- Pode-se pedir o prato do restaurante que gosta sem sair de casa/trabalho.
- O processo de compra é rápido e fácil.

### Desvantagens

- Taxa de entrega.
- Demora na entrega.
- O restaurante de que gosta não aparece no aplicativo.

Fonte: Consumo de comida *delivery* por aplicativo. Instituto Qualibest, 2018.

O Sebrae buscou conhecer de que forma os usuários de internet brasileiros estão se relacionando com os serviços de entrega *online* e o que falam a respeito nas redes sociais.

## Interação dos usuários de *delivery online* de alimentos e bebidas nas redes sociais

Com o crescimento do *delivery* e com a presença cada vez mais ativa de pessoas nas redes sociais, é essencial que o empresário conheça seu público e como ele interage *online*.

### Perfil dos usuários

- 49% possuem até 29 anos.
- 42% possuem entre 30 e 50 anos.
- 60% pertencem às classes A e B.
- 71% pagam em dinheiro.
- 61% pagam com cartão de crédito ou débito.

**Não existe diferença significativa entre os sexos.**

**Gastam, em média, R\$ 38,00 por pedido/refeição**

Redes sociais mais utilizadas



Horários das publicações



Como os consumidores se comportam nas redes sociais

A Inteligência do Sebrae fez o monitoramento e a análise dos usuários de *delivery online* de alimentos e bebidas. Veja o que identificou:

Principais descobertas

Em geral, as postagens fazem referência aos cupons de desconto.

Usuários de serviços de *delivery* são mais engajados em postar críticas do que elogios nas redes sociais.

Das postagens com teor negativo, mais da metade (58%) foi publicada por homens e 35% por mulheres.

As principais críticas relacionadas ao *delivery* foram sobre atrasos/demora na entrega dos pedidos, ausência de novos cupons de desconto e descontos baixos.

Quais perfis interagem nas redes sociais com publicações relacionadas a *delivery* de alimentos

### Aplicativos de *delivery*:

são as empresas como Rappi, iFood, Uber Eats. Fazem uso de memes e buscam relacionar fatos recentes discutidos na internet com o universo da gastronomia para atrair clientes.

### Empresas de *food service*:

são restaurantes, lanchonetes e outros tipos de estabelecimentos. Usam as redes para oferecer o *delivery* aos seus clientes, ou então possuem um serviço próprio de entregas.

### Perfis para divulgar cupons:

são contas criadas principalmente no Twitter para basicamente repassar informações sobre cupons. Não interagem muito.

### Usuários de aplicativos:

são os usuários das redes sociais. Usam as redes para entrar em contato com as empresas e divulgar as experiências sobre os serviços prestados por elas.

Alguns dos principais assuntos abordados

### Cupons:

atrair novos consumidores, fidelizar clientes e como estratégia de publicidade.

### Conteúdo das postagens:

divulgação de cupons de descontos para os usuários por empresas como Rappi, Uber Eats, iFood.

### Consumo de *delivery*:

fazem referência principalmente aos aplicativos de pedidos *online*.

### Conteúdo das postagens:

divulgação dos usuários sobre promoções e cupons; reclamações sobre os estabelecimentos que anunciam no app: *delivery* como solução para a "fome".

### Empresas:

divulgação de marca e serviços.

### Conteúdo das postagens:

divulgação de serviços de *delivery*, cardápios especiais de acordo com o dia da semana, pratos saudáveis; promoções; apelo para as vantagens do *delivery* para quem tem pouco tempo.

O Sebrae/SC pesquisou a fundo de que forma os usuários de internet brasileiros estão se relacionando com os serviços de entrega *online* e o que falam a respeito nas redes sociais com o objetivo de você tenha acesso a informações decisivas e possa planejar seus próximos passos nesse mercado. Baixe agora o conteúdo completo da Pesquisa do Consumidor *Delivery* de alimentos nas redes sociais.