

***DELIVERY* E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: UMA
ANÁLISE SOBRE OS IMPACTOS E EFEITOS DA PANDEMIA NA
UTILIZAÇÃO DO SERVIÇO EM COLATINA**

***DELIVERY* AND CONSUMER BEHAVIOR: AN ANALYSIS ABOUT
THE IMPACTS AND EFFECTS OF THE PANDEMIC ON SERVICE
USE IN COLATINA**

Juliano Antônio da Silva¹

Cláudia Guio Bragato²

Resumo

O artigo descreve uma pesquisa que tem como objetivo analisar os impactos da pandemia da COVID-19 no uso do serviço de *delivery* de alimentos em Colatina, Espírito Santo. A pesquisa também buscou entender como esses impactos afetaram o comportamento do consumidor. Foram abordados conceitos teóricos, o crescimento do serviço de *delivery*, e um pouco sobre as atividades econômicas de Colatina. A pesquisa foi dividida em referencial teórico, metodologia e resultados e discussões. O objetivo maior foi demonstrar como a pandemia alterou o comportamento das pessoas, comparando seus hábitos pré e pós-pandemia. Para isso a pesquisa se deu em duas etapas, uma de revisão bibliográfica e outra de aplicação de questionário via *Google Forms*, utilizando a metodologia quantitativa e qualitativa. Além disso, a amostra utilizada consistiu em jovens e adultos com idade a partir de 18 anos e que utilizam o serviço mencionado no município de Colatina. A partir dos resultados observa-se que de fato a pandemia modificou a forma como as pessoas consomem no município, evidenciou-se também uma maior adesão ao serviço de *delivery*, bem como ao meio de compras digital como um todo.

Palavras-chave: *Delivery* Alimentício; Análise de comportamento; Efeitos da pandemia; Consumo.

¹ Aluno do curso de Bacharelado em Administração do IFES – Instituto Federal do Espírito Santo. antoniojulianosilva@gmail.com.

² Orientadora do IFES – Instituto Federal do Espírito Santo. Mestre em Economia. claudia.bragato@ifes.edu.br.

Abstract

The article describes research that aims to analyze the impacts of the COVID-19 pandemic on the use of food delivery services in Colatina, Espírito Santo. The research also sought to understand how these impacts affected consumer behavior. Theoretical concepts, the growth of the delivery service, and a little about Colatina's economic activities were covered. The research was divided into theoretical framework, methodology and results and discussions. The main objective was to demonstrate how the pandemic changed people's behavior, comparing their pre- and post-pandemic habits. For this purpose, the research took place in two stages, one involving a bibliographical review and the other involving the application of a questionnaire via Google forms, using quantitative and qualitative methodology. Furthermore, the sample used consisted of young people and adults aged 18 and over who use the aforementioned service in the municipality of Colatina. From the results it is observed that the pandemic has in fact changed the way people consume in the municipality, there was also a greater adherence to the delivery service, as well as to the digital shopping environment as a whole.

Keywords: Food Delivery; Behavior Analysis; Effects of the Pandemic; Consumption.

1 INTRODUÇÃO

O *delivery* alimentício é uma atividade que vem ganhando notoriedade e crescendo exponencialmente nos últimos anos, principalmente após o período pandêmico. Tendo em vista que ele faz parte do cotidiano da sociedade em geral, surge então a necessidade de examinar de que forma a pandemia da COVID-19 impactou o comportamento dos indivíduos e seus hábitos alimentares. Com o pressuposto de tamanha importância do tema para o município de Colatina no estado do Espírito Santo, o autor dispôs-se a analisar a referida temática.

A pandemia da COVID-19 teve seu início marcado em 31 de dezembro de 2019 quando a Organização Mundial da Saúde foi notificada acerca de vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan. Posteriormente descobriu-se que na verdade se tratava de um novo tipo do já conhecido Corona vírus. Em 30 de janeiro de 2020 a OMS declara um surto da doença e destaca a gravidade da mesma, principalmente por possuir características de disseminação rápida e a nível global (OPAS, 2023).

Ademais, como forma de desaceleração do contágio as pessoas eram orientadas pelos órgãos sanitários nacionais e internacionais sobre os riscos e a gravidade do contágio, principalmente em relação ao distanciamento social que até então era a melhor forma de se prevenir da doença. Entretanto surge então um grande desafio, que seria conciliar o dia-a-dia corriqueiro dos

indivíduos com as orientações de precaução contra o vírus. O que era ainda mais desafiador quando se falava em cidades de médio e grande porte.

A presente pesquisa tem por objetivo avaliar os impactos e os efeitos da pandemia na utilização do *delivery* de alimentação no município de Colatina e seus efeitos no comportamento do consumidor. Enquanto os objetivos específicos são: visitar conceitos da teoria comportamental; avaliar a influência da pandemia nos hábitos de consumo dos moradores de Colatina; demonstrar o crescimento do uso de *delivery* no município e averiguar se houve alteração no consumo dos indivíduos em função da pandemia.

O artigo visa demonstrar o quanto a pandemia alterou o comportamento das pessoas traçando um paralelo entre os hábitos que possuíam antes desse fenômeno e aqueles que desenvolveram ou adquiriram após ele. A pesquisa é estruturada em tópicos que se sequenciam em: referencial teórico, no qual irá fundamentar e discursar sobre algumas teorias que dizem respeito ao comportamento do indivíduo; metodologia utilizada, que descreve de que forma a pesquisa se dará; resultados e discussões, em que se demonstrará os dados e constatações dela por meio de gráficos e tabelas e por fim, a conclusão, que abordará efetivamente o que foi constatado na pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A TEORIA COMPORTAMENTAL

À primeira vista o termo comportamento soa um tanto quanto primário e sua definição parece ser um tanto quanto óbvia, entretanto, quando se analisa a notoriedade que esse termo tem adquirido nos últimos anos, torna-se importante, uma revisão da abrangência desse termo e até que ponto ele está presente no cotidiano dos indivíduos.

De acordo com Chiavenato (2014), a Teoria Comportamental da Administração também conhecida como Teoria Behaviorista surgiu por volta de 1950 nos Estados Unidos da América. Seu surgimento basicamente foi um contraponto à Teoria das Relações Humanas e à Teoria Clássica, que é baseada no comportamento individual das pessoas e seu principal objeto é a motivação humana.

Para uma melhor compreensão do comportamento, deve-se levar em conta que o mesmo é um processo complexo e que sofre alterações e vai se moldando com o decorrer do tempo e interações entre os indivíduos (SKINNER, 2003).

Para melhor entender e analisar sobre a temática do comportamento humano, abordar-se-á a partir de agora um pouco de duas grandes teorias na área comportamental, a Pirâmide de Maslow e a Teoria de campo de Lewin.

2.1.1 A Teoria da Motivação de Maslow

Abraham Maslow foi um notável psicólogo comportamental norte-americano, dentro da Teoria do Comportamento. Maslow contribuiu sobretudo com seus estudos e pela aplicação desses no modelo que desenvolveu e que posteriormente ficou conhecido como pirâmide da motivação de Maslow publicado no ano de 1943 (CHIAVENATO, 2014).

Esse método consiste em um agrupamento das necessidades humanas em 5 (cinco) grupos que se diferenciam e que seguem uma hierarquia entre si, que são: Necessidades Fisiológicas ou Básicas, Necessidades de Segurança, Necessidades Sociais ou de Aceitação, Necessidades de Autoestima ou Ego e as Necessidades de Autorrealização. Através de suas pesquisas em campo, Maslow identificou que esses itens seguem uma hierarquia, que estão em sequência e que só é possível ir para o próximo “nível”, caso os anteriores tenham sido minimamente cumpridos (SILVA, 2020).

De acordo com Chiavenato (2014), as cinco necessidades propostas por Maslow são assim apresentadas:

- I. A primeira das necessidades apresentada é a fisiológica, essa se refere aquelas que envolvem o básico para a sobrevivência humana, composta pela alimentação (fome e sede), de sono e repouso (cansaço), de abrigo (frio e calor), etc.
- II. As necessidades de segurança estão relacionadas à estabilidade e ao sentimento de proteção, essa só é alcançada quando as necessidades fisiológicas estão relativamente satisfeitas.
- III. As necessidades sociais se referem a aceitação de uma pessoa ou grupo bem como a participação em algo.

- IV. As necessidades de estima estão relacionadas ao modo que o indivíduo se vê e como ele se avalia a partir disso.
- V. No topo da pirâmide estão as necessidades de autorrealização, possuem caráter de objetivo a ser alcançado, demonstra o potencial da pessoa e do que ela pode alcançar.

Sobre a Teoria da Pirâmide das Necessidades de Abraham Maslow, Chiavenato (2014, p. 321-322) afirma: “As necessidades humanas assumem formas e expressões que variam conforme o indivíduo. A intensidade das necessidades e sua manifestação são variadas e obedecem às diferenças individuais entre as pessoas”.

Desse modo, as pessoas tendem a satisfazer primeiramente as necessidades consideradas mais básicas, como sua alimentação, pois estão, sobretudo, ligados a fatores como manutenção da vida e sobrevivência para, somente depois, se preocuparem com as demais necessidades que são consideradas secundárias.

2.1.2 A Teoria de Lewin

Kurt Lewin foi um grande psicólogo alemão que se destacou por seus estudos na área comportamental. Sua teoria mais célebre ficou conhecida como “teoria de campo”, essa teoria aborda a motivação do comportamento humano e seu desenvolvimento se deu por volta da década de 1940 nos Estados Unidos da América. Basicamente o seu pensamento era que o comportamento humano se baseia no contexto que a pessoa vive no momento e não em suas experiências futuras ou passadas, ou seja, que as forças exercidas sobre a pessoa dentro do ambiente em que ela está inserida à influência em vários aspectos da vida dela, principalmente na tomada de decisão (CHIAVENATO, 2014).

Ainda de acordo com Chiavenato (2014), Kurt propôs dois princípios básicos em sua tese, são eles:

- I. O comportamento humano é derivado da totalidade de fatos coexistentes.
- II. Esses fatos coexistentes têm o caráter de um campo dinâmico, no qual cada parte do campo depende de uma inter-relação com as demais outras partes.

Sobre a teoria de campo de Kurt Lewin, Pasqualini et al. (2021, p. 164), discursa da seguinte maneira:

“O comportamento de uma pessoa é explicado como função da particular situação de forças em seu espaço vital, entendido este como totalidade dos fatos que determinam o comportamento de um indivíduo em um determinado momento. Para elucidar, diante da totalidade de eventos possíveis, por que motivo este e unicamente este comportamento ocorre”.

Para Lewin, cada necessidade percebida pelo ser humano resulta em um estado de tensão o que o coloca em um estado de reação. Quando a tensão exercida sobre o indivíduo é muito grande, isso desencadeia uma deturpação da percepção do ambiente, o forçando a dar uma resposta. E se por acaso surge uma barreira que o impede de chegar ao alcance de seu objetivo, a frustração nesse caso pode atuar como um fator agravante que deixa a pessoa ainda mais desorientada no meio que ela está inserida. (CHIAVENATO, 2014).

Como apresentado na teoria de Lewin, fatores externos ao indivíduo podem interferir na forma como o mesmo vive e interage com as demais pessoas. Um dos acontecimentos recentes que mais interferiu na vida humana como um todo foi a pandemia da COVID-19. A pandemia fez necessário retomar estudos de comportamento humano com a finalidade de se ter uma melhor compreensão da dimensão e do grau de interferência desse fenômeno no comportamento humano.

2.2 A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NOS HÁBITOS DE CONSUMO

A pandemia da COVID-19 foi um fenômeno atípico derivado de um vírus infeccioso que surgiu na China e que atingiu não somente um indivíduo como todo o mundo. As medidas de contenção da doença obrigaram milhões de pessoas a ficarem em casa como uma forma de impedir ou amenizar a propagação da disseminação dela. A adaptação sempre fez parte do cotidiano da humanidade e não seria diferente nesse momento, sem poder se deslocar de suas residências as pessoas começaram a pensar em maneiras diferentes de poder satisfazer as suas necessidades (OPAS, 2023).

Assim, o cenário digital ganhou destaque e o consumo através dele cresceu de forma significativa. Isso pode ser comprovado por uma pesquisa desenvolvida com mais de 20 mil indivíduos, no ano de 2020 no Brasil pelo Centro de Estudos sobre as tecnologias da Informação e da comunicação. Esta empresa monitora a adoção das tecnologias de informação e comunicação e nessa pesquisa constatou-se que quase 40% das pessoas entrevistadas utilizaram a internet para realizar compras (CETIC.BR, 2020).

Pode-se citar como principais fatores que impulsionaram e estimularam o aumento de consumo digital, a diversidade e a praticidade; ademais as empresas viram nessa situação uma grande oportunidade de inovar e de atender às novas demandas dos consumidores ou sucumbiriam à nova realidade e por vezes poderiam até falir (ALMEIDA; FROEMMING; CERETTA; 2020).

Uma das áreas da vida cotidiana mais afetadas dentro do período pandêmico foi a alimentação, que é parte fundamental da vida humana. A alta procura pelos indivíduos por serviços *on-line* para pedir comida resultou em um aumento significativo na utilização de aplicativos e sites de entrega em domicílio. Tal mudança foi demonstrada em uma pesquisa publicada pela Fundação Getúlio Vargas, no ano de 2022, que relata que o Brasil detém cerca de 50% de toda a utilização de *delivery* alimentício por plataformas na América Latina.

2.3 O CRESCENTE USO DO *DELIVERY*

O serviço de *delivery* é uma ferramenta de entrega que se inclui no cotidiano de toda a sociedade, ela vem crescendo e se desenvolvendo ao longo dos anos e tem como uma de suas principais finalidades proporcionar uma maior praticidade para que as pessoas possam consumir e adquirir o que desejam no conforto de suas casas (DUTRA; ZANI; 2020).

Apesar desse serviço utilizar muita tecnologia e, por isso, soar bem recente, os primeiros registros de métodos que se assemelham ao *delivery* remetem à civilização da Roma antiga, onde por volta do século I grande parte da população era pobre e manter uma cozinha em casa era bem caro, então, as comidas eram guardadas em recipientes para serem conservadas à espera dos consumidores (DUTRA; ZANI; 2020).

No Brasil, apesar de ser considerado um mercado com grande potencial em desenvolvimento, o serviço ainda é considerado um tanto quanto recente. Inspirado pelo modelo adotado na América do Norte, estima-se que o *delivery* tenha se desenvolvido no país por volta dos anos 1980. Além disso, o serviço era predominantemente utilizado por pessoas que compunham a classe alta e detinham poder aquisitivo para terem linhas telefônicas, que eram na época, a ferramenta utilizada para realizar os pedidos (SOUSA; 2022).

E ainda, sobre isso, uma pesquisa realizada pelo Instituto Locomotiva (2020) evidenciou a alta no serviço de *delivery* alimentício no país, nela é apresentado que certa quantidade dos entrevistados consultados começou a utilizar as plataformas *on-line* para obter produtos

considerados de cunho básico, como alimentos, de higiene pessoal e limpeza. No total, cerca de 15% dos indivíduos ouvidos na pesquisa disseram à entidade que não costumavam solicitar a entrega de alimentos. Entretanto, com o cenário pandêmico, começaram a utilizar esse serviço para realizar seus pedidos de produtos diversos.

2.4 O COMÉRCIO E AS ATIVIDADES ECONÔMICAS EM COLATINA

Colatina é um município que está situado no interior do estado do Espírito Santo na região Sudeste do país. A cidade possui uma população estimada de cerca de 119.992 pessoas, o que o coloca entre os 9 municípios mais populosos do estado. A maior parte dessa população está concentrada entre as idades de 20 a 29 anos, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), o que demonstra que grande parte da população é jovem.

De acordo com dados desse órgão, o município conta mais de 1.398,219 km² de extensão e está localizado numa região que é considerada estratégica por ser no centro do Estado, fazendo-o ser considerado uma grande potência econômica. A cidade é transpassada pela estrada de ferro BR-259 que liga Vitória à Minas Gerais e a Rodovia do Café. Além disso, é cortada pelo Rio Doce. Todos esses fatores de tráfego que foram citados servem como forma de escoamento de produção impulsionando o comércio local.

Na parte econômica, o município apresenta um PIB per capita de R\$ 30.949,91, sendo o décimo primeiro maior do estado (IBGE, 2022). No agronegócio aparecem a produção de frutas, hortaliças e granjas. Ademais, outros dois setores de produção que ganharam notoriedade no cenário econômico colatinense foram o da indústria têxtil comportando cerca de 600 empresas, em sua grande maioria sendo micros e pequenas empresas, e o de confecção de móveis, que é reconhecido nacionalmente (PMC, 2020).

No que diz respeito a estímulos para o desenvolvimento de novos mercados e atividades econômicas dentro da cidade, a Prefeitura cita em seu portal oficial na aba de economia:

“O município conta com uma boa estrutura de incentivos fiscais para atrair novos investimentos e possibilitar a expansão dos já existentes. Colatina está incluída na área de abrangência da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), o que representa vantagens aos empreendedores que instalam ou já administram no município suas empresas.”

Até o presente momento, no que diz respeito ao cenário econômico e o comércio digital não se fazem presente dados, levantamentos ou até mesmo pesquisas publicadas por órgãos ou empresas especializadas que possam contribuir para este referencial teórico na análise do uso

dos serviços digitais emergentes como foi apresentado, para que se possa traçar assim um paralelo e conseqüentemente discutir sua aplicação no município de Colatina.

3 METODOLOGIA

O presente estudo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa descritiva a fim de demonstrar de que forma a pandemia da COVID-19 e o período pandêmico impactou o comportamento e os hábitos de consumo de *delivery* alimentício no município de Colatina. Segundo Gil (2010), esta modalidade de pesquisa tem como finalidade compreender as peculiaridades da população a ser estudada, com objetivo de estabelecer relações entre variáveis, utilizado como objeto de pesquisa principal o questionário.

Este trabalho foi estruturado em duas partes de pesquisa. No primeiro momento buscou-se revisar e visitar teorias e trabalhos já publicados, em sua maioria livros e artigos científicos, com o intuito de conseguir embasamento teórico para fundamentar os questionamentos aqui levantados. De acordo com Boccato (2006, p. 266), o processo de pesquisa bibliográfica é de extrema importância:

“A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica.”

A segunda parte desta pesquisa realizar-se-á por meio de um questionário que será aplicado para os jovens e adultos com idade a partir de 18 anos que utilizam o serviço mencionado no município de Colatina- ES. A pesquisa se dará através da plataforma *Google Forms*, possibilitando assim um maior alcance de pessoas, no intuito de aumentar a taxa de assertividade da pesquisa e apresentar resultados os mais condizentes com a realidade possível.

A pesquisa de campo possui várias vantagens quando comparado aos levantamentos, por exemplo. Por ser desenvolvido no próprio ambiente onde os fatos acontecem e por isso tem o seu resultado mais condizente com a realidade. Ademais, apresenta baixos custos devido a não requerer equipamentos especiais para sua execução. Outro fator que pode de certa forma contribuir para a assertividade da pesquisa é o fato do pesquisador estar de certa forma mais ligado à pesquisa e assim obter respostas mais confiáveis (GIL, 2010).

Quanto ao questionário, ele será do tipo quantitativo com perguntas objetivas. Silva e Simon (2005, p. 13) destacam:

“Quando conhecemos as dimensões de um objeto (de conhecimento) e suas características, podemos realizar uma pesquisa de natureza quantitativa, pois, quando há necessidade de se utilizar, como é o caso das Ciências Sociais e Humanas, escalas de atitude ou hierarquizar as respostas encontradas, devemos tem um conhecimento de todas as possibilidades ou pelo menos as mais frequentes de respostas, para estabelecer os itens da escala ou os valores que se deve conferir aos possíveis níveis de resposta, segundo uma avaliação teórica destas”.

O questionário será aplicado por meio da ferramenta do *Google Forms* de forma online, sendo os respondentes, pessoas que moram no município de Colatina ou que consomem por *delivery* na cidade. A amplitude da amostra será baseada na população estimada da cidade assumindo um grau de assertividade de 95%, o que nesse caso seriam 400 pessoas de acordo com o quadro sugerido por Gil (2010, p.112), reproduzido no Quadro 1.

QUADRO 1 - QUADRO PARA DETERMINAR A AMPLITUDE DE UMA AMOSTRA TIRADA DE UMA POPULAÇÃO FINITA COM MARGENS DE ERRO DE 1%, 2%, 3%, 4%, 5% e 10%

Amplitude da População (universo)	Amplitude da amostra com as margens de erro acima delas					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
.....	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	476	333	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	949	574	378	99
8.000	-	1.905	976	480	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	488	383	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100

25.000	7,143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	2.500	1.111	625	400	100

Fonte: ARKIN, H.; COLTON, R. Apud TAGLIACARNE, G. *Pesquisa de mercado*. São Paulo: Atlas, 1976. p. 176 apud GIL, 2010.

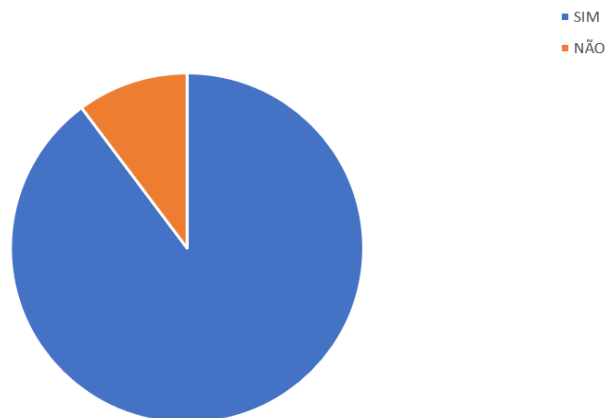
Ademais, para uma melhor análise dos resultados, os dados serão transformados em gráficos e tabelas. A análise qualitativa, juntamente com a análise quantitativa, possibilitará uma melhor compreensão do que foi apurado, pois será levado em conta não somente os números puros a serem coletados, mas também será feita uma interpretação mais aprofundada dos fenômenos constatados no estudo, visando descrevê-los, decodificá-los e traduzi-los (GUERRA, 2008).

Em suma, com a base de dados que será coletada e com os conceitos e teorias revisitados será possível então traçar uma análise dos impactos da pandemia no cenário do *delivery* alimentício na cidade onde foi concebido o estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

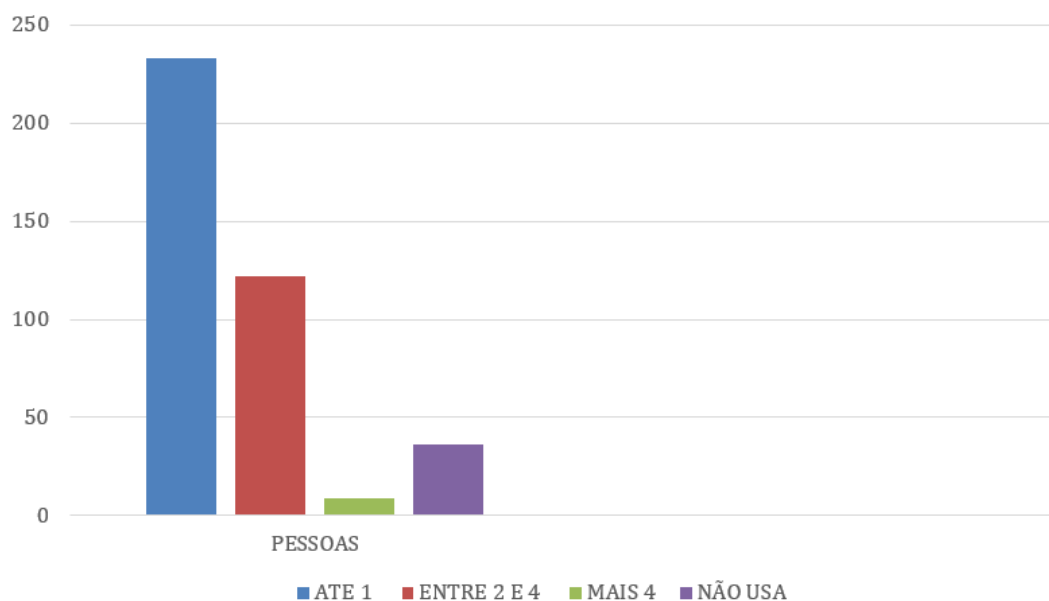
O questionário foi aplicado a jovens e adultos com idade superior a 18 anos de forma probabilística com grau de confiança de 95%. Os respondentes residem ou consomem por *delivery* no município de Colatina a pesquisa resultou em sua aplicação um total de 400 participantes, dos quais 37,8%, com idade média entre 21 a 25 anos, 33,6% com idade entre 18 e 20 anos, 13,2% possuem idade de 26 a 30 anos, 8,5% mais de 40 anos, 4,2 % de 31 a 35 anos e 2,7% de 35 a 40 anos.

Quando perguntados sobre o consumo de *delivery*, cerca de 89,8% dos respondentes revelaram que costumam pedir comida por *delivery*, o que demonstra o quanto o serviço está presente no dia a dia dos respondentes, como mostrado na Figura 1. Por outro lado, a pesquisa apontou que antes da pandemia quase 40% dos entrevistados não faziam uso de aplicativo algum, pode-se dizer então que a era digital potencializou esse aumento. Ademais, percebe-se também um crescimento no uso de aplicativos de *delivery* o que demonstra como esse tipo de serviço vem se desenvolvendo não somente no município como no país todo.

FIGURA 1-QUANTIDADE DE PESSOAS QUE COSTUMAM PEDIR COMIDA POR *DELIVERY*

Fonte: Pesquisa de campo

Em relação à frequência de pedidos realizados dentro do espaço de tempo de uma semana, como disposto na Figura 2, a pesquisa constatou que a maior parte das pessoas entrevistadas consomem por *delivery* pelo menos uma vez na semana, cerca de 58,3%. Assim sendo, outro ponto que chama muita atenção é que uma parcela considerável, 30,5%, pede entre 2 e 4 vezes alimentos por *delivery*, sendo que apenas 9% dos entrevistados revelou não consumir por esse meio. Essa grande popularidade do serviço pode derivar principalmente da maior praticidade e facilidade em se alimentar dentro da correria do dia a dia.

FIGURA 2-FREQUÊNCIA DE PEDIDOS DE COMIDA POR *DELIVERY* EM UMA SEMANA

Fonte: Pesquisa de campo

Tanto a Figura 1 quanto a Figura 2 demonstram o que é apresentado na teoria da motivação proposta por Maslow, pois segundo ela o ser humano tende a satisfazer primeiro suas necessidades básicas, como a alimentação. O que fica evidente ao analisar que uma quantidade irrisória dos indivíduos, cerca de 10%, dos que foram questionados não utiliza o serviço de *delivery*, mesmo ele tendo apresentado estrondoso crescimento nos últimos anos no país. A maior parte dos respondentes está, portanto, utilizando este serviço para sanar sua necessidade de se alimentar.

Outrossim, quando perguntados sobre a quantidade de pedidos antes da pandemia, os respondentes demonstraram uma maior distribuição nas respostas. Alguns indicadores não sofreram tantas alterações, como é o caso das pessoas que pediam até uma vez, que somavam cerca de 51,2% antes da pandemia e agora representam 58,3%. Porém o que chama atenção no paralelo traçado entre esses dados, está na quantidade de pessoas que consomem entre duas e quatro vezes, que apresentou um aumento de cerca de 16%. Além disso, o percentual de pessoas que não utilizavam o serviço de *delivery*, quando comparado com o que não usa hoje em dia, caiu drasticamente, com redução percentual de mais de 24%, conforme dados da Tabela 1.

TABELA 1-FREQUÊNCIA DE PEDIDOS DE COMIDA POR *DELIVERY* EM UMA SEMANA ANTES E DEPOIS DA PANDEMIA

Frequência	Antes da pandemia	Depois da pandemia
Não utiliza (não utilizava)	33,1%	9%
Até 1 vez	51,2%	58,3%
Entre 2 e 4 vezes	14,5%	30,5%
mais que 4 vezes	1,2%	2,2%

Fonte: Pesquisa de campo

Analisa-se a partir da Tabela 1 uma reafirmação da teoria de campo de Lewin, que aborda sobre como o ser humano se comporta e o que molda o comportamento dele. Tendo em vista que a pandemia exerceu uma pressão sobre os indivíduos deixando-os “encurralados”, isso resultou em uma mudança de seus hábitos e costumes em conformidade com a situação que estavam presenciando naquele momento e por isso começaram a consumir mais por *delivery*.

Foi também pertinente ao estudo questionar os consumidores de *delivery* do município de Colatina sobre o modo que era realizado sua alimentação. De acordo com o gráfico comparativo

presente na Figura 4, antes do período pandêmico cerca de 83% das pessoas perguntadas costumavam ir mais a espaços físicos para se alimentar (como lanchonetes, restaurantes, bares, etc.). Contudo, esse índice apresentou uma redução de mais de 50% para os dias atuais, onde por volta de apenas 33% dos entrevistados buscam estabelecimentos para comer, em contrapartida 67% preferem pedir comida por *delivery* em suas casas. Assim sendo, percebe-se então o crescimento desse mercado no município e uma maior aceitação do mesmo pelos indivíduos em geral, além de também uma mudança nos hábitos de consumo dos respondentes quando se compara os períodos pré e pós-pandemia.

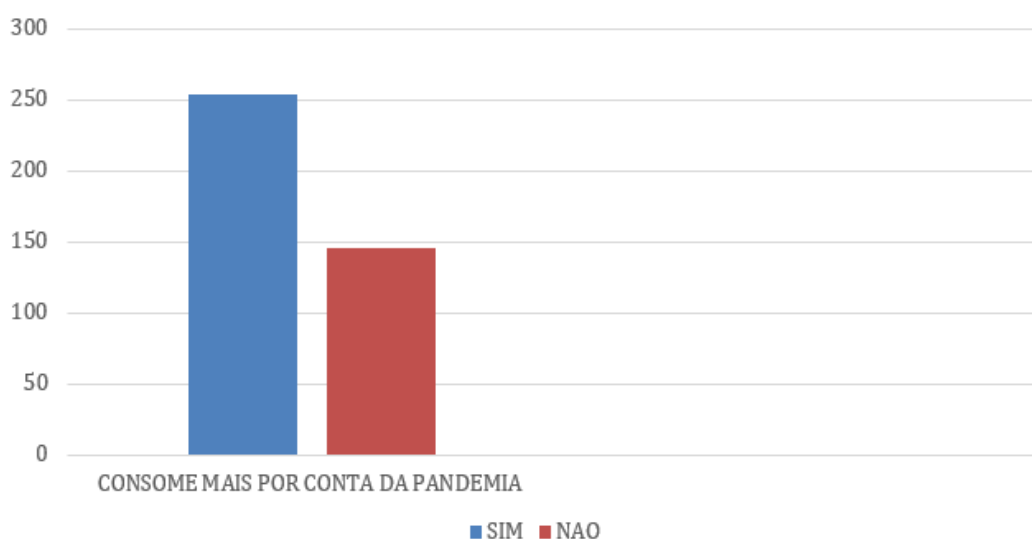
**TABELA 2-UTILIZAÇÃO DE *DELIVERY* X FREQUENTAR LOCAIS FÍSICOS
ANTES E DEPOIS DA PANDEMIA**

	Pede(pedia) mais por <i>delivery</i>	Frequenta(frequentava) locais físicos
Antes da pandemia	17%	83%
Depois da pandemia	66,8%	33,2%

Fonte: Pesquisa de campo

Tal constatação corrobora com a teoria da motivação de Maslow, uma vez que, as pessoas precisavam se alimentar, porém não se sentiam seguras ao sair de casa. Como descrito por Chiavenato (2014 p. 321 e 322) o desejo pela segurança é o segundo ponto mais importante ranqueado pela pirâmide de necessidades proposta por Maslow, e durante a pandemia sair de casa representava riscos ao indivíduo e a quem ele possuía contato. Percebe-se então um aumento do uso do *delivery*, que no caso era opção mais segura que as pessoas possuíam e em contrapartida uma queda na procura de lugares físicos para se alimentar durante esse período.

Ainda sobre os apontamentos e resultados da pesquisa, buscou-se entender o quanto esse novo meio de comércio já está internalizado no cotidiano do indivíduo. Para isso foi questionado aos respondentes se utilizar aplicativos de *delivery* para fazer pedidos já é algo que está presente em seu dia a dia e aproximadamente 80% disseram que sim. Outro ponto de atenção a se analisar é que mais de 75% dos respondentes revelaram acreditar que a pandemia mudou de alguma forma a maneira como consome. Além disso, hoje em dia a maioria dos entrevistados revelou que hoje em dia consome mais por *delivery* em função da pandemia conforme Figura 3.

FIGURA 3 – INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NO CONSUMO DE *DELIVERY*

Fonte: Pesquisa de campo

Durante o período de isolamento social as pessoas não podiam sair de casa, com o intuito de evitar a proliferação do vírus, ficando restritas a se alimentar na maioria das vezes com o que já possuíam em casa. Então, essa era a maneira que as pessoas conseguiam aproveitar suas refeições livres, bem como comprar determinados produtos que antes só o faziam indo até estabelecimentos comerciais, o que demonstra um novo modo de consumir, e que foi impulsionado pelo meio que o indivíduo estava inserido, bem como descreve Lewin.

Ademais, com a necessidade básica de alimentação para sua sobrevivência sanada, as pessoas passam a buscar alcançar as demais realizações, como trata Maslow em sua teoria. Sendo assim, os pedidos de *delivery* se tornaram um costume cotidiano e que, a partir de então, fazem parte da cultura e da economia local de Colatina, o que evidencia ainda mais que a pandemia da COVID-19 alterou a forma como as pessoas consomem no município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi investigar se a pandemia da COVID-19 interferiu e/ou modificou de certa forma a maneira de consumir e o consumo puramente dito dentro do município de Colatina, Noroeste do Estado do Espírito Santo. Com essa finalidade foi

necessário elucidar os conceitos sobre a Teoria Comportamental e alguns de seus principais autores, e isso foi feito no referencial teórico com a premissa de fundamentar a ideia de mudança de comportamento do consumidor.

Ademais, foi de extrema importância entender a faixa etária da amostra, que no caso seria a população do município, o que se fez por meio do questionário aplicado. Sobre os respondentes percebe-se que a maior parte, 37,8%, está compreendida entre 21 e 27 anos. Há também uma parcela relevante de indivíduos, cerca de 33,6% possui idade entre 18 e 20 anos, caracterizando a amostra como uma população jovem.

Assim sendo, outro importante indicador apontado pela pesquisa desenvolvida neste estudo evidenciou uma queda drástica no percentual de pessoas que não utilizam o *delivery* quando comparado o pré e o pós pandemia, saindo da casa dos 33,1% para apenas 9%. Além disso, outro dado constatado foi um crescimento de cerca de 16% no número de pessoas que consomem de 2 a 4 vezes por semana, o que demonstra sobretudo um aumento da utilização do serviço pela amostra estudada.

Ainda se percebe também uma mudança no hábito de consumo em geral da população estudada após a pandemia, pois cerca de 80% dos respondentes revelou considerar pedir por *delivery* uma coisa cotidiana e comum. Outro ponto que confirma essa mudança de comportamento dos indivíduos é o fato de 75% dos entrevistados acreditarem que o isolamento social modificou a maneira como eles consomem no geral.

Por fim, tendo em vista os resultados aqui obtidos, sugere-se para trabalhos futuros estudar a influência do período pandêmico no consumo dos indivíduos em outras áreas com a finalidade de se traçar um panorama mais completo sobre os efeitos desse fenômeno na vida da sociedade num contexto maior, não se limitando somente ao *delivery* alimentício, como foi a proposta da presente pesquisa.

Outra possível linha de estudo posterior, sugerida pelo autor desta pesquisa, seria sobre o nível de conhecimento das empresas acerca da mudança de comportamento dos indivíduos em função da pandemia, e também um estudo mais aprofundado de como isso afetou o mercado financeiro da cidade como um todo e de que forma as empresas estão se preparando ou agindo em detrimento a essa nova forma de consumir do seu público-alvo.

REFERÊNCIAS

- BOCCATO, V. R. C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação.** Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO. **TIC Domicílios 2019: Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil.** São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf/ Acesso em: 02 de setembro de 2023.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 9. ed. São Paulo: Barueri, 2014.
- DE ALMEIDA, Márcia Regina Conceição; FROEMMING, Lurdes Marlene Seide; CERETTA, SIMONE BEATRIZ NUNES. **Comportamento de consumo em meio a pandemia da Covid-19.** Salão do Conhecimento, v. 6, n. 6, 2020.
- DUTRA, Júlio Afonso Alves; ZANI, Rafaela. **Uma análise das práticas de delivery de alimentos em tempos de pandemia do COVID-19.** Almanaque Multidisciplinar de Pesquisa, v. 7, n. 2, 2020.
- INSTITUTO LOCOMOTIVA; AGÊNCIA BRASIL: **Compras por aplicativos têm alta de 30% durante pandemia, diz pesquisa;** 2022. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/clipping/agencia-brasil-compras-por-aplicativos-tem-alta-de-30-durante-pandemia-diz-pesquisa/>. Acesso em 08 de junho de 2023.
- FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **O "Boom" das plataformas de Delivery no Brasil e suas consequências peculiares.** 2022. Disponível em: [O "Boom" das plataformas de Delivery no Brasil e suas consequências peculiares | Portal FGV](https://www.fgv.br/portal/booms). Acesso em: 03 de junho de 2023.
- FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2022. População e domicílios - Primeiros Resultados.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/es/colatina/panorama>. Acesso em: 05 de agosto de 2023.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GUERRA, Isabel Carvalho. **Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo – Sentidos e formas de uso.** 1ª Edição. Portugal: Príncipia Editora, 2008.
- ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE: **"Histórico da pandemia de COVID-19"**, disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 30 de outubro de 2023.
- PASQUALINI, J. C.; MARTINS, F. R.; EUZÉBIOS FILHO, A. A **"Dinâmica de Grupo" de Kurt Lewin: proposições, contexto e crítica.** Estudos de Psicologia (Natal), [S. l.], v. 26, n. 2, p. 161–173, 2021. DOI: 10.22491/1678-4669.20210016. Disponível em: <https://submission-pepsic.scielo.br/index.php/epsic/article/view/21044>. Acesso em: 8 out. 2023.

Prefeitura Municipal de Colatina (PMC). <<https://www.colatina.es.gov.br/>>. Acesso em: 06 de junho de 2023.

SILVA, Adilson Azevedo **Motivação: A Famosa Teoria de Maslow** / Adilson Azevedo Silva. - 2a Edição - Campinas – SP: Editora Delasylvio, 2020.

SILVA, D. da; SIMON, F. O. **Abordagem quantitativa de análise de dados de pesquisa: construção e validação de escala de atitude**. Cadernos CERU, [S. l.], v. 16, p. 11-27, 2005. DOI: 10.11606/issn.2595-2536.v16i0p11-27. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ceru/article/view/75338>. Acesso em: 6 out. 2023.

SKINNER, B. F. **Ciência e Comportamento Humano**. 3ª Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SOUSA, Giovana da Costa et al. **Análise do crescimento e qualidade dos serviços de uma empresa de delivery durante a pandemia de COVID-19**. 2022.

6 ANEXOS

Questionário
1- Qual a sua idade? () 18 a 20 anos () 21 a 25 anos () 26 a 30 anos () 31 a 35 anos () 35 a 40 anos () mais que 40 anos
2- Você costuma pedir comida por <i>delivery</i> ? () sim () não
3- Normalmente, quantas vezes você costuma pedir comida por <i>delivery</i> em uma semana? () não uso () 1 vez () entre 2 e 4 vezes () mais que 4 vezes
4- Você já utilizava aplicativos de <i>delivery</i> de comida antes da pandemia? () sim () não
5- Normalmente, antes da pandemia, quantas vezes você costuma pedir comida por <i>delivery</i> em uma semana? () não uso () 1 vez () entre 2 e 4 vezes () mais que 4 vezes
6- Antes da pandemia você costumava ir mais aos estabelecimentos (lanchonetes, restaurantes, etc.) para comer ou fazia mais pedidos via <i>delivery</i> ?

frequentava mais ambientes para se alimentar pedia mais por *delivery*

7- Atualmente, você costumava ir mais aos estabelecimentos (lanchonetes, restaurantes, etc.) para comer ou faz mais pedidos via *delivery*?

frequento mais ambientes para se alimentar peço mais por *delivery*

8- Para você utilizar aplicativos de *delivery* para fazer pedidos de comida já é algo comum e que faz parte de seu dia a dia?

sim não

9- Você acredita que a pandemia alterou a forma como você consome?

sim não

10- Você acredita que atualmente consome mais produtos por meio do serviço de *delivery* por conta da pandemia?

sim não