

Pequenos e médios empresários representam 84% em app de delivery

Amanda Sakumoto

Com a pandemia, os hábitos de consumo mudaram e os aplicativos de entrega também. Levantamento da Statista, empresa especializada em dados de consumidores, para atender a demanda, 47% dos estabelecimentos no Brasil adotaram canais de vendas online, como Whatsapp e aplicativos. Segundo o Ifood, os restaurantes de família e hamburguerias de bairro ganham cada vez mais protagonismo na plataforma. Só em 2021, a presença de pequenos e médios restaurantes aumentou 27%. Hoje representam 84% dos mais de 270 mil estabelecimentos cadastrados no País.

No ABC não foi diferente. Proprietária da Anexo Burger, no bairro Parque São Vicente, em Mauá, Sandra Lima dos Santos Silva, de 34 anos, integra o percentual. Na casa, o Ifood representa 70% das vendas, outros 30% dos pedidos são realizados pela plataforma Consumer ou diretamente no balcão. “Trabalhamos mais com entrega. Hoje o nosso público-alvo está no Ifood. Nós dependemos do app por conta da boa visibilidade”, conta.

Por outro lado, Sandra afirma que as altas taxas cobradas pela ferramenta dificultam o negócio, pois cobra cerca de 18% sobre as vendas realizadas, se a entrega for feita pela hamburgueria. Com a entrega própria do Ifood, a porcentagem sobe para 28%. “Eles cobram a taxa de entrega do cliente e mais o percentual do estabelecimento para uso do serviço de entrega próprio do app. Se eu optar por usar o meu motoboy, repasso 18% das vendas para a plataforma e ainda pago o profissional”, explica ao contar que o aplicativo é bom para o consumidor, mas extremamente caro para o comerciante. “Se o pequeno empreendedor não cuidar das finanças e focar somente nesta ferramenta, corre o risco de quebrar”, afirma.

Em Ribeirão Pires, o restaurante Castelo Azul, na região central da cidade, também atua com o Ifood como principal vitrine, principalmente para atrair novos clientes, apesar das altas taxas cobradas para utilização da plataforma. Como

alternativa, o restaurante criou um aplicativo próprio para oferecer preços mais baixos e iguais ao praticados na loja física. “O Ifood nos cobra 15,5% das vendas. Fazendo as contas, precisamos cobrar 19% a mais dos clientes nesta ferramenta. Pelo nosso aplicativo, conseguimos oferecer o mesmo preço cobrado no salão”, afirma Eduardo Massahide Yamashiro, administrador da Castelo Azul.

Utilização do delivery

Dados da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) mostram que entre o segundo semestre de 2020 e primeiro do ano passado, 54,8% dos brasileiros pediram comida por aplicativos, sites e Whatsapp. Antes da pandemia, em 2019, o percentual era de 30,4%. Na Castelo Azul, durante a pandemia, o número de entregas realizadas pelo restaurante dobrou e hoje representam cerca de 35% das vendas do estabelecimento. “O movimento do delivery sempre será bom, as pessoas se acostumaram com essa comodidade”, diz Yamashiro.

Segundo levantamento da Statista, o Brasil foi responsável por 48,77%, quase metade, do uso de delivery em toda América Latina, em 2020.

Fugindo das taxas

Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae ano passado, 30% dos micro e pequenos negócios do setor de alimentação e bebidas dividiram o atendimento entre o salão e o delivery e 16,6% atuaram apenas com delivery. Além disso, 31% aderiram a aplicativos de entrega para conquistar mais clientes.

Para fugir das taxas cobradas pelo Ifoos, Erika Costa da Silva Araújo, de 38 anos, proprietária da Kasa Esfiharia e Fogazzaria, em Rio Grande da Serra, precisou encontrar outra plataforma para o estabelecimento, ainda recente no mercado e que sobrevive 100% de entregas. “Somos uma empresa de família, com poucos funcionários e há quatro anos no mercado. Para nós, as taxas cobradas pelo Ifood não compensariam. Ao colocar na ponta do lápis, meu comércio não aguentaria”, explica ao ressaltar que prefere pagar mensalidade ao ter desconto sobre cada venda. “Essa é a principal desvantagem”, diz.

Diante disso, Erika pesquisou e encontrou a solução na plataforma Goomer, há cerca de um ano. O sistema é prático para o cliente e para a empresa, além disso, desembolsa R\$ 200 por mês para utilização da ferramenta, que atende cerca de

80% dos clientes. “Ao clicar no link, o consumidor é levado para o atendimento via Whatsapp, e eu consigo centralizar os pedidos. Para mim, o custo-benefício foi ótimo”, conta. A empreendedora ressalta que ao começar o próprio negócio é preciso ter criatividade e finanças bem controladas. “Eu sei que o Ifood é dominante no mercado, mas é necessário entender o quanto o serviço custará para a empresa. Vi muitos restaurantes da cidade fecharem, pois não aguentaram pagar as taxas e dependiam totalmente do aplicativo. Coloque tudo na ponta do lápis, seja criativo, pesquise outras opções, busque o seu público-alvo. É possível”, completa.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3060868/pequenos-e-medios-empresarios-representam-84-em-app-de-delivery/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário - Santo André/SP

Seção: Gastronomia