

**THE INFLUENCE OF DELIVERY APPLICATIONS ON THE FOOD HABITS
AND COMMENSALITY OF GOIANIAN CONSUMERS**

**A INFLUÊNCIA DOS APLICATIVOS DE DELIVERY NOS HÁBITOS
ALIMENTARES E NA COMENSALIDADE DOS CONSUMIDORES
GOIANIENSES**

**LA INFLUENCIA DE LAS APLICACIONES DE DELIVERY EM LOS HÁBITOS
ALIMENTARIOS Y LA COMENSALIDAD DE LOS CONSUMIDORES
GOIANIENSES**

Aline Martins Marquêz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4181-409X>

Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

E-mail: alinemarquez.amz@gmail.com

Aida Bruna Quilici Camozzi

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0253-8448>

Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

E-mail: aidabruna@gmail.com

Resumo

Houve um crescimento do uso dos aplicativos de *delivery* de alimentos nos últimos anos impulsionado pela pandemia de Covid-19 o que pode ter influenciado os hábitos alimentares. Diante disso, o presente estudo teve como objetivo verificar se o uso dos aplicativos de *delivery* de alimento influência nos hábitos alimentares e na comensalidade do goianiense. Trata-se de um estudo transversal observacional de natureza quantitativa, realizado com adultos residentes em Goiânia com hábitos de uso aplicativos *delivery* de alimentos, foi utilizado formulário *online* de autopreenchimento elaborado a partir do *Google forms* e a análise por meio de estatística descritiva. Foram estudados hábitos e comportamentos alimentares e questões demográficas sobre os padrões comportamentais relacionados a utilização dos aplicativos no consumo de alimentos. Foram 81 respondentes, 68% do sexo feminino, 56% de 20 a 29 anos, 51% com renda maior de 4 salários-mínimos, 54% nível de escolaridade superior completo. Na amostra 95% ficaram em distanciamento social e aumentaram o uso de aplicativos (94%), 40% utilizavam o aplicativo mais de 4 vezes por mês, 49% procuravam alimentos saudáveis, mas consideravam preço pouco acessível (83%). A praticidade (52%) foi o principal motivo para uso do aplicativo, e entrega grátis (72%), o alimento mais consumido foi o hambúrguer (88%), a janta foi a mais pedida (80%), 57% disseram que altera negativamente o hábito alimentar, 69% consideravam que prejudica a comensalidade. Com isso podemos observar efeitos adversos no cotidiano desses consumidores que impactam de forma negativa seus hábitos alimentares quando o assunto é comer bem.

Palavras-chaves: Aplicativos móveis; Comportamento alimentar; Covid-19.

Abstract

There's been relevant growth in the use of food delivery applications in the last years, driven by the Covid-19 pandemic, which could potentially have influenced people's eating habits. Given that, this study sought to verify if the use of such food delivery applications did influence Goiania population's eating habits, on individual and social levels. This is an observational, transversal, quantitative study, carried out with adults who reside in Goiânia and who habitually use food delivery applications. An online, respondent-filled form provided by "Google forms" was used, and obtained data was analyzed by means of descriptive statistics. Eating habits and behaviors, as well as demographic factors over behavioral patterns related to the use of applications in the consumption of food were studied. In total there were 81 participants, 68% females, 56% between 20 to 29 years of age, 51% with income of more than 4 times the minimum wage, 54% college graduates. In the sample, 95% maintained social distancing and increased the use of applications (94%), 40% used applications more than 4 times in a month, 49% sought after healthy foods, but considered prices not so affordable (83%). Practicality (52%) was the main motivation for using the application, along with free delivery offers (73%). The most consumed food and most ordered diner choice was the hamburger (88%), 57% stated that the use of applications negatively impacts eating habits, 69% considered it harms social eating. As a consequence, it was observed that such applications had adverse effects in these consumer's routines, which negatively impacted their eating habits, considered healthy eating standards.

Keywords: Mobile applications; Eating habits; Covid-19.

Resumen

Ha habido un crecimiento en el uso de aplicaciones de entrega de alimentos en los últimos años impulsado por la pandemia de Covid-19, lo que puede haber influido en los hábitos alimenticios. Frente a eso, el presente estudio tuvo como objetivo verificar si el uso de aplicaciones de comida a domicilio influye en los hábitos alimentarios y la comensalidad de los goienses. Se trata de un estudio observacional transversal de carácter cuantitativo, realizado con adultos residentes en Goiânia con hábitos de uso de aplicaciones de entrega de alimentos, utilizando un formulario en línea autocompletado elaborado a partir de formularios de Google y análisis utilizando estadísticas descriptivas. Se estudiaron hábitos y comportamientos alimentarios y cuestiones demográficas sobre patrones de comportamiento relacionados con el uso de apps en el consumo de alimentos. Fueron 81

encuestados, 68% mujeres, 56% entre 20 y 29 años, 51% con ingresos superiores a 4 salarios mínimos, 54% con nivel educativo superior. En la muestra, el 95 % se mantuvo en distancia social y aumentó el uso de aplicaciones (94 %), el 40 % usaba la aplicación más de 4 veces al mes, el 49 % buscaba alimentos saludables, pero consideraba que el precio era inaccesible (83 %). La practicidad (52%) fue el principal motivo de uso de la aplicación, y la entrega gratuita (72%), el alimento más consumido fue la hamburguesa (88%), la cena fue la más solicitada (80%), el 57% dijo que altera negativamente hábitos alimentarios, el 69% consideró que perjudica la comensalidad. Con ello, podemos observar efectos adversos en el día a día de estos consumidores que impactan negativamente en sus hábitos alimentarios a la hora de comer bien.

Palabras clave: Apps de delivery; Hábitos alimenticios; Comensalidad.

INTRODUÇÃO

De acordo com Bizarro & Ferreira (2021), nas últimas décadas a ação gerada pela globalização do sistema alimentar alterou expressivamente a cadeia de abastecimento alimentar, transformando assim as escolhas alimentares dos consumidores.

Dentre as novas formas de aquisição de alimentos, estimuladas por mudanças políticas e sociais, dois fatores têm desempenhado um papel importante nas mudanças no ambiente alimentar: a primeira foi incorporar alimentos ultraprocessados à dieta e a segunda o fortalecimento do hábito de comer fora do ambiente familiar. O fácil acesso à internet nos últimos anos favoreceu o chamado *E-commerce*, conceito dado ao comércio eletrônico constituída por esse meio de comunicação (Nascimento, Silva & Santos, 2009).

O aumento das compras alimentícias na internet tem sido bastante expressivo, atualmente equivale a 43,1% do total de pedidos online. Comparado as compras *online*, destaca-se o ramo alimentício, apontando a maior média de pedidos nos últimos seis meses quando ligada a outras categorias (Ebit, 2019).

O processo de mudança de compras na internet já estava acontecendo gradualmente, entretanto no Brasil em meados de março 2020, com a pandemia do Coronavírus, SARS-COV-2/COVID-19, as condições sociais sofreram modificação drástica, em que as pessoas estavam impedidas de saírem livremente, o que em certo sentido fortaleceu o ambiente *online*, pois com a transmissão da doença em massa, medidas foram tomadas, entre elas isolamento social, uso de máscaras, fechamento de indústrias e comércios não essenciais (Bizarro & Ferreira, 2021).

Para os pequenos e médios empresários, acarretou mudanças econômicas e, por outro lado, fortaleceu o mercado de serviços, que por natureza são precários. Podemos destacar os aplicativos com entrega rápida de comida que exige pouco contato físico por parte dos consumidores através dos “*deliverys*”, feito pelos *bike-entregadores*, moto-entregadores e motoristas de carros (Ebit, 2019).

Com o crescimento e consumo dos aplicativos de *delivery*, principalmente os de comida, houve uma transformação, não só da cultura de consumo, mas do mercado alimentício como um todo. Apesar desse processo ter ocorrido de uma maneira bastante expressiva, este, ainda é um tema pouco abordado, o que evidencia a carência e importância de estudos (Manzato & Santos, 2012).

Os aplicativos de “fácil acesso”, através de um *smartphone*, dão uma ideia de comodidade garantida aos usuários que fazem o seu pedido ao tirarem o aparelho celular do bolso. Esse tipo de tecnologia disponibiliza aos usuários pratos rápidos e, em muitos casos, pouco nutritivos e altamente calóricos. É fato que esse novo perfil de consumo está na nova rotina dos lares de muitos brasileiros, que enxergam nesse “novo consumo” uma oportunidade de ganho de tempo com a redução do trabalho, pois a comida “saborosa e rápida está a um “clique” (Barbosa, 2004).

Com o avanço do capitalismo, as práticas comerciais de lucro, são por vezes sobrepostas ao bem-estar humano, portanto, a comida nutritiva e de boa qualidade, dá lugar a uma comida barata, produzida utilizando muitos conservantes, químicos, perdendo a qualidade além de ser um alimento de baixo valor nutritivo que é facilmente entregue nas casas dos cidadãos goianienses (Pitanga, 2020).

Desta forma, a facilidade de acesso do celular a uma gama de variedades de pratos – via aplicativo – se torna um fator crucial na escolha de alimentos, que serão degustados diariamente. Seja em casa, no trabalho produtivo, em *home office*, ou durante aulas *online*, comer “ficou bem mais fácil” (Nascimento, Silva & Santos, 2009). Esses hábitos, aparentemente inofensivos, quando associados a inatividade física verificada durante a pandemia, propiciado pelo fechamento de academias e parques fizeram com que a população brasileira de modo geral ganhasse peso a ponto de transformar pessoas antes ativas em pessoas obesas e indispostas (Pitanga, Beck & Pitanga, 2020).

Entre os possíveis fatores determinantes da escolha dos alimentos nos aplicativos de *delivery* está o preço acessível, que muitas vezes está associado às preparações culinárias com ingredientes processados e de alta palatabilidade, o que pode em longo prazo, prejudicar a condição de saúde das pessoas, principalmente no que se refere ao aumento de risco para as doenças crônicas não transmissíveis (Pitanga, 2020).

Apesar da ciência apontar dados e discussões acerca da transformação da cultura de consumo de alimentos, poucos esforços têm sido empregados em identificar os fatores que interferem nessa alteração. Ou seja, tem-se estudado sobre as modificações e avanços, mas pouca notabilidade tem sido dada aos fatores que fazem com que o usuário continue e aumente a utilização de aplicativos para compras do ramo alimentício (Bittencourt, 2019).

É evidente que os aplicativos de comida por *delivery* vêm crescendo e ganhando cada vez mais força, percebendo-se uma transformação, não só da cultura de consumo, mas em todo mercado alimentício (Santos *et al.*, 2015).

O ambiente alimentar pode ser entendido como um contexto físico, político, sociocultural e econômico da interação entre os consumidores e as oportunidades e condições do sistema alimentar. Essas oportunidades e condições afetam as escolhas de aquisição, preparação e consumo de alimentos e bebidas e, por fim, o estado nutricional. O ambiente alimentar é um fator importante nas escolhas alimentares comunitárias e pessoais, bem como nos resultados negativos para a saúde associados à má qualidade da dieta (Botelho, 2021).

Com isso o objetivo principal deste estudo foi verificar se o uso dos aplicativos de entrega de alimentos em domicílio influenciaram nos hábitos alimentares e na comensalidade do goianiense, caracterizando o perfil sociodemográfico do usuário dos aplicativos de entrega de alimentos em domicílio, verificando se período de distanciamento social imposto como forma de controle do covid-19 propiciou aumento no uso de aplicativos de entrega de alimentos em domicílio, identificando a frequência de uso de aplicativos de entrega, tipos de alimentos mais consumidos, e os motivos da escolha de aplicativos de *delivery*.

METODOLOGIA

Essa pesquisa consiste num estudo transversal observacional de natureza quantitativa, realizado com adultos residentes em Goiânia seus hábitos quanto ao uso dos aplicativos (*delivery*), em domicílio. O questionário auto preenchível foi criado a partir do *Google Forms* e os dados foram coletados e analisados por meio de estatística descritiva. Foram, portanto, analisados o perfil sociodemográfico dos usuários dos aplicativos de entrega de alimentos em domicílios, os tipos de alimentos mais consumidos, os motivos da escolha de aplicativos de *delivery*, se a aquisição de alimentos por meio de aplicativos de entregas em domicílio interferiu nos hábitos da alimentação (comer em companhia, horário e frequência das refeições), os costumes de consumo de alimentos, comportamentos e perfil da população. O fator inicial seria se o período de distanciamento social imposto pela Covid-19 proporcionou aumento no uso de aplicativos de entrega de alimentos em domicílio e interferiu negativamente nos hábitos alimentares e na comensalidade.

Além de questões sociodemográficas, o questionário incluiu itens relacionados à utilização de aplicativos de *delivery*, às características que influenciam na preferência, às informações que mais são ponderadas no momento da escolha do pedido, entre outros.

O questionário foi distribuído pelas mídias sociais por meio da técnica “Bola de Neve”. Os dados coletados foram organizados em um banco de dados, em planilhas Microsoft Excel e foi realizada análise descritiva dos dados com frequência

absoluta e relativa das variáveis. Esta pesquisa considerou em todas suas etapas, os princípios éticos fundamentais que norteiam pesquisas envolvendo seres humanos, descritos e estabelecidos pela Resolução CNS 466/12, com parecer favorável CEP-5263212.

RESULTADOS

O formulário da pesquisa foi respondido por 111 pessoas. Destas, oito não preencheram adequadamente a data de nascimento e foram excluídos na normalização dos dados, assim como 22 respondentes que declararam não residir em Goiânia, desta forma 81 respostas foram consideradas válidas, de acordo com os critérios preestabelecidos.

A porcentagem de respondentes do sexo feminino foi de 68%. A faixa etária mais frequente foi a de 20 a 29 anos (56%), seguido pela faixa de 30 a 39 anos (33%), de 40 a 49 anos (7%), 50 a 59 anos (2%) e finalmente de 60 anos ou mais (1%). Em relação a renda, 51% apresentaram renda superior a quatro salários-mínimos (SM) vigentes, 22% apresentavam renda de até um SM, 16% até dois SM e 11% até três SM. Em relação à escolaridade 54% dos respondentes tinham ensino superior completo, 31% ensino superior incompleto, 12% tinham nível médio completo e 2% nível fundamental incompleto.

Os dados relativos à frequência do uso dos aplicativos, preferência nas escolhas alimentares e ao acesso à alimentação saudável estão descritos na tabela 1.

Tabela 1 - Utilização de serviços de aplicativos de *delivery*, Goiânia

VARIÁVEL	N	%
Utiliza o serviço quantas vezes por mês		
2	14	17
3	17	21
1	18	22
4 ou +	32	40
Alimentos de preferência		
Não	12	15
Sim	69	85
Procura alimentação saudável		
Sim	40	49
Não	41	51
Busca fácil por alimentos saudáveis		
Sim	19	23
Não	62	77
Alimentos saudáveis com preço acessível		
Sim	14	17
Não	67	83

Fonte: Autoria própria, questionário *online*

As informações referentes à distribuição da amostra quanto aos motivos para uso dos aplicativos, informações consideradas nas escolhas alimentares, tipos de preparações mais consumidas e refeições mais frequentes e sobre a influência dos aplicativos nos hábitos alimentares que levam os usuário ao uso dos aplicativos e informações consideradas nas escolhas, tipos de preparações mais consumidas e refeições mais frequentes e se o uso de aplicativos provoca alteração dos hábitos alimentares estão descritas na tabela 2.

Tabela 2 - Informações consideradas nas escolhas alimentares, Goiânia

VARIÁVEL	N	%
Motivo para usar app de <i>delivery</i>		

Costume	0	0
Preço	0	0
Promoções	5	6
Variedade	7	9
Sabor	8	10
Falta de tempo	19	23
Praticidade	42	52
Tipo de comida que costuma pedir		
Sorvetes	0	0
Risotos	0	0
Comida alemã	0	0
Comida mexicana	1	1
Refeições congeladas	1	1
Comida indiana	1	1
Crepes	2	2
Frutos do mar	3	4
Comida árabe	4	5
Massas	5	6
Salgados	5	6
Comida chinesa	9	11
Salada	12	15
Doces e bolos	22	27
Pratos brasileiros	28	35
Açaí	29	36
Comida Japonesa	32	40
Pizzas	41	51
Hamburguer	71	88
Qual o tipo de refeição		
Café da manhã	0	0
Outros	0	0
Ceia	1	1
Lanche tarde	5	6
Almoço	10	12
Jantar	65	80
Quais informações você mais considera na hora de fazer o pedido?		
Cashback	0	0
Usa vale refeição	2	2
Acompanhamento em tempo real	9	11
Distância	14	17
Valor da entrega	32	40
Tempo de entrega	35	43
Cupons de desconto	36	44
Avaliação dos usuários	37	46
Experiências anteriores	42	52
Entrega Grátis	58	72
Altera hábitos alimentares		
Não	35	43
Sim	46	57

Fonte: Autoria própria, questionário *online*

Na tabela 3 está descrita a opinião dos participantes quanto a influência do uso de aplicativos de *delivery* na comensalidade, realização das refeições em família e a frequência da exposição a aparelhos eletrônicos (celulares, *tablets*, computadores ou aparelho de televisão) durante as refeições.

Tabela 3 – Influência do uso de aplicativos na comensalidade e frequência da exposição a aparelhos eletrônicos, Goiânia, 2022.

VARIÁVEL	N	%
Realiza refeição com equipamento eletrônico		
Não	6	7
Às vezes	25	31
Sim	50	62
Receber comida influencia na comensalidade (socializar)		
Não	25	31
Sim	56	69
Sozinho ou em companhia		
Sozinho	32	40
Companhia	49	60
Principais refeições junto com a família		
Nunca	3	4
Raramente	13	16
Às vezes	17	21
Frequentemente	17	21
Sempre	31	38
Refeição com a família é estressante		
Frequente	3	4
Sempre	3	4
Raramente	14	17
Às vezes	19	23
Nunca	42	52

Fonte: Autoria própria, questionário *online*

Em relação aos respondentes da pesquisa 95% relataram ter ficado em distanciamento social devido ao Covid-19, 94% relataram o aumento do uso dos aplicativos de *delivery* nesse período (consumo de alimentos) e 38% relataram ter realizado mais refeições em companhia da família.

DISCUSSÃO

O formulário foi respondido por 81 pessoas. A maior parte da amostra era constituída por pessoas do sexo feminino (68%), o sexo masculino registrou 32%. A predominância do sexo feminino também foi constada nos estudos conduzidos por Botelho (2021), Lisboa & Rui (2019), Alcantara *et al.*, (2021) e no Qualibest (2022). Essa predominância pode estar relacionada à maior proporção de mulheres chefes de família, com alto nível de escolaridade, com menos disponibilidade de tempo para o preparo de alimentos no lar (Botelho, 2021).

A faixa etária mais frequente foi a de 20 a 29 anos (56%) seguido pela faixa de 30 a 39 anos (33%). Esses resultados são semelhantes aos encontrados por Botelho (2021), Lisboa & Rui (2019), Alcantara *et al.*, (2021). Esse resultado pode estar relacionado ao maior domínio de recursos tecnológicos por adultos jovens (Botelho, 2021).

Em relação a faixa salarial 41 pessoas (51%), declararam ter ganhos de quatro SM ou mais. Segundo Bezerra *et al.*, (2013), a frequência de consumo de alimentos fora do lar no Brasil tem relação positiva com a renda e negativa com a idade. Semelhantemente, a proporção de usuários de aplicativos de delivery de comida é maior entre jovens e adultos, nas classes socioeconômicas mais abastadas (A e B) 60% e nas regiões com a maior concentração de renda (Qualibest, 2022).

Os usuários de aplicativos de *delivery* possuem uma situação socioeconômica privilegiada em detrimento de outras classes sociais que não possuem acesso ao serviço de compras, conforme destaca Botelho, Cardoso & Canela (2020). Nesse sentido, mesmo antes da pandemia do coronavírus as empresas de *delivery* investiam recursos para diversificar o seu público com ações populares, a exemplo da entrega de marmitas a custo de R\$10,00 à época – ação prato feito. Ações essas que tentavam atrair usuários de classes menos abastadas (Wolf G & iFood Loop, 2020).

Os indivíduos são influenciados por mais de um tipo de propaganda, independente das características socioeconômicas (Alcantara *et al.*, 2021), pois a propaganda influencia os consumidores a comprarem, independente da sua classe social. Além disso, nas capitais e regiões metropolitanas, o *delivery online* compreende uma proporção consideravelmente maior (39,5%) do mercado de entrega em comparação com o interior dos estados (6,9%) (Delivery Much, 2020).

Nesta pesquisa o nível de escolaridade mais frequente foi o superior completo (54%), semelhante ao descrito na pesquisa Delivery Much que identificou que 56% dos usuários de aplicativos de *delivery* tinham esse nível de escolaridade, já no estudo conduzido por Botelho, o nível mais frequente foi o de ensino médio completo e superior incompleto (78,5%), (Delivery Much, 2020; Botelho, 2021). Isso pode estar relacionado ao maior acesso à *internet* e domínio de pessoas com maior grau de escolaridade às tecnologias de informação e comunicação. Outro fator que pode ter influenciado na maior frequência de respondentes de alto nível de escolaridade é a necessidade de habilidade para responder questionários *online*, uma vez que são complexos e extensos (Botelho, 2021).

Em relação ao consumo de *delivery*, 40% (32 pessoas) afirmaram que utilizam o aplicativo por quatro ou mais vezes por mês, resultados semelhantes aos encontrados por Dalvi & Melo (40%), Alcântara *et al.* (31,3%), Botelho (45,7%) e corrobora os resultados da pesquisa Delivery Much que verificou que 43% dos usuários de aplicativos utilizavam esse serviço de 3 a 5 vezes por mês (Alcântara, 2021, Botelho, 2021; Delivery Much, 2020).

A grande maioria (85%) disse encontrar alimentos de sua preferência nos aplicativos. O maior consumo dos usuários respondentes foi de alimentos não saudáveis como: hambúrguer (88%) e pizza (51%). Tais achados são semelhantes ao encontrado por Botelho (2021) em seu estudo que identificou consumo de *fast-foods* (pizzas, hambúrgueres, batatas fritas e cachorros-quentes) por 68,9% da amostra seguido de hambúrguer e pizza na versão artesanal por 56,5% da amostra (Botelho, 2021). No estudo de Dalvi & Mello (2020) 72% também relataram consumir hambúrguer e pizza, já no estudo conduzido por Alcantara *et al.* (2021), 74,6% da amostra relataram consumir pizza e 60,3% consumiam lanches. Da mesma forma em estudo conduzido por Silva *et al.* (2021), hambúrguer (45%) e pizza (20%) foram os alimentos mais consumidos.

Em relação aos alimentos saudáveis, 49% dos respondentes relataram buscar por alimentos saudáveis, entretanto 77% dos respondentes afirmaram ter dificuldades na busca por esse tipo de alimento e 83% relataram que seus preços não são acessíveis.

Segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira, o consumo de alimentos ultraprocessados deve ser evitado devido sua baixa qualidade nutricional, e que se consumidos com frequência causam um desequilíbrio na saúde do indivíduo, podendo ser janela para o desenvolvimento de algumas comorbidades como a obesidade, diabetes tipo 2, hipertensão e dislipidemias (Brasil, 2014).

Neste estudo, o principal motivo de utilização dos *apps* foi pela praticidade, seguido de falta de tempo e as informações mais relevantes na escolha de compra foram a entrega grátis, as experiências anteriores e a avaliação dos usuários. Dados semelhantes foram encontrados nos estudos de Alcântara *et al.* (2021), em cuja amostra foi identificada uma frequência de 33% de escolhas por praticidade, de Dalvi & Mello (2020) em que 45,5% dos participantes assumiram utilizar o aplicativo também por praticidade e dados do Delivery Much de 2020 corroboram esses resultados com uma frequência de 73%.

Nos estudos de Alcantara *et al.* (2021) observou-se que a maior frequência no preparo dos alimentos em casa está relacionada com a menor frequência de uso dos *apps*, desta forma os dados corroboraram com o fato que a praticidade é o principal motivo daqueles que usam os aplicativos de comida.

Neste estudo os respondentes relataram ter sido o jantar a refeição com maior parte dos pedidos por aplicativo (80%). Resultado semelhante foi encontrado por Dalvi & Mello (2020) em seu estudo (72,2%), assim como no estudo conduzido por Botelho em que encontrou na amostra 31,8% dos pedidos feitos na janta. Segundo dados do Delivery Much (2020), cerca de 90% dos usuários de aplicativos realizam os pedidos no horário da janta e nos fins de semana.

Dias & Pinto (2020) relataram em seu estudo que a maior parte dos respondentes utilizam os serviços de aplicativos de comida mais aos finais de semana, em reuniões com os amigos e familiares, para jantar durante a semana. De forma semelhante ao encontrado nesse estudo, as informações que mais consideram importantes para realizar seus pedidos foram experiências anteriores, entrega grátis.

Por outro lado, em um estudo realizado por Moraes (2017) verificou-se que o preço dos alimentos, de forma ainda mais evidente, se relaciona inversamente às chances de escolhas mais saudáveis, uma vez que os alimentos de maior densidade energética são mais baratos do que os alimentos *in natura*. As profundas modificações sociais, econômicas e culturais que vêm ocorrendo no País, nas últimas décadas, levaram a alterações nos hábitos e comportamentos alimentares como por exemplo, o incremento da participação do consumo alimentar fora de casa, o aumento do consumo de alimentos processados e a substituição das refeições e preparações tradicionais por lanches com elevada concentração de energia, gorduras, açúcar de adição e sódio (Souza, 2013).

Os alimentos ultraprocessados são altamente competitivos por sua praticidade, longa duração, facilidade de transporte e hiperpalatabilidade, de maneira que se aliam ao gosto e às necessidades impostas ao consumidor. A maioria desses produtos tem perfil nutricional desfavorável, sabores artificiais, comercializados em grandes porções, características que estimulam seu consumo em grande quantidade (Monteiro *et al.*, 2013; 2016; 2019, Moubarac *et al.*, 2013).

Não há evidências de que o consumo de alimentos ultraprocessados, possa trazer algum benefício para o indivíduo e, é apontado que os mesmos promovem pelo menos um efeito adverso à saúde, já o consumo de alimentos *in natura* e minimamente processados traz resultados benéficos. Deste modo a alimentação precisa ser abundante em alimentos ricos em fibras, gordura mono e poli saturadas, mas com ponderação no consumo de alimentos ricos em gorduras saturadas e carboidratos refinados para que a dieta seja balanceada (Elizabeth *et al.*, 2020).

Essa frequência do consumo de alimentos ditos “não saudáveis” sempre foi maior na modalidade alimentação fora do lar, mesmo antes do início da pandemia da COVID-19, no qual o consumo de *fast-food* era destaque no momento da compra, enquanto frutas, verduras e legumes aparecem em último lugar em estudos realizados (Bezerra, 2017; Botelho, 2020).

Nessa amostra, 57% dos respondentes acreditaram que o uso frequente de aplicativos de entrega em domicílio altera negativamente os hábitos alimentares. Dados semelhantes foram encontrados no estudo conduzido por Dalvi & Mello (2020) em que 77,1% dos respondentes consideraram que o uso frequente dos aplicativos altera os hábitos alimentares, assim como no estudo conduzido por Dias & Pinto em que 46,9% da amostra considera a mudança nos hábitos alimentares.

Destaca-se que o uso dos aplicativos exerce uma influência negativa sobre os hábitos alimentares pois sua utilização está diretamente relacionada com o elevado consumo de *fast-food*, além de uma menor frequência de preparo das refeições em casa. O preço e caracterização de alimentos ofertados em aplicativos de *fast-food* em tempos de Covid-19, no período de restrições e isolamentos exigidos pela pandemia mostrou que a sociedade sofreu mudanças significativas em seus hábitos alimentares e como isso a diversidade alimentar foi influenciada de forma direta, pois a sociedade motiva fortemente o comportamento e as escolhas alimentares, incluindo alguns fatores como: fácil acesso, *marketing*, e preços acessíveis (Silva *et al.*, 2021).

Conforme destacam Silva *et al.* (2021), os aplicativos de *delivery* apresentaram preços de ofertas das mais variadas preparações para fim de ganhar todos os tipos de consumidores, a publicidade influenciou no crescimento de vendas durante o

isolamento social, aumentou a demanda de refeições caracterizadas por apresentarem uma baixa qualidade nutricional, alto teor de carboidratos simples, gorduras e sódio.

Após a Organização Mundial de Saúde (OMS) orientar sobre a importância do distanciamento social, países e cidades decretaram o isolamento social, onde foram proibidos o atendimento presencial, incluindo o setor de alimentação, em consequência disso, os estabelecimentos potencializaram os seus serviços na modalidade de *delivery* por meio de aplicativos (Lima *et al.*, 2021).

Desde a declaração de transmissão comunitária da COVID-19, as atividades comerciais não essenciais foram interrompidas e as essenciais tiveram de adotar regras específicas para o funcionamento dos estabelecimentos (Decreto no 10.282, de 20 de março de 2020). Iniciativas governamentais de flexibilização do distanciamento físico avançaram, diminuindo as restrições ao comércio anteriormente adotadas (Rafaell *et al.*, 2020).

O atendimento presencial em estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar foi restrito por decretos durante a maior parte do tempo desde o início da pandemia (Rio de Janeiro. Decreto no 47.102, de 1o de junho de 2020). De certo modo como consequência, bares, lanchonetes, restaurantes, vêm fortalecendo sua presença no ambiente digital, por meio dos aplicativos de *delivery* de comida (Soupin, 2020).

Por sua vez, clientes interessados em refeições preparadas fora do lar também passaram a recorrer mais aos serviços de *delivery* nesses aplicativos (Frabasile, Campos & Buldrini, 2020). Assim, é possível afirmar que os motivos que levam às pessoas utilizarem os aplicativos variam de acordo com as características socioeconômicas e culturais da população (Alcantara *et al.*, 2021).

Sobre a influência do uso de aplicativos na comensalidade, foi possível verificar que 95% dos respondentes ficaram em isolamento social durante o período da pandemia, a maioria aumentou o uso desses aplicativos (94%) e que o consumo de alimentos entregues por serviço de *delivery* influenciou negativamente na comensalidade, entretanto 60% relataram estar consumindo esses alimentos em companhia, principalmente da família (38%) e 52% declararam nunca ser um momento estressante. No estudo de Dalvi & Mello (2020), 84,2% também, verificou-se um aumento no número de refeições com quem moravam.

Na amostra de Dalvi & Mello (2020), quase 98% das pessoas que responderam à pesquisa estavam ou estiveram em situação de isolamento social devido à pandemia e mais da metade dos participantes relataram um aumento no uso dos aplicativos em questão devido a essa situação. Ademais, 43,6% responderam que praticaram a comensalidade mediada por tecnologias no período de distanciamento, realizando alguma refeição em companhia por meio de uma chamada de vídeo.

Também foi possível perceber que esse aumento muito provavelmente afetou de maneira negativa a alimentação dos participantes (Dalvi & Mello, 2020). A utilização do *delivery* por meio de aplicativos relacionou-se ao maior consumo de alimentos ricos em calorias e frituras, visto que a maioria da amostra relatou frequentemente escolher pizza e hambúrguer pelos apps de *delivery*. Ademais, tem-se o fato de que os próprios aplicativos propiciam essas escolhas, já que a maior parte das promoções expostas e os restaurantes em destaque eram de alimentos altamente calóricos, como os citados anteriormente (Dalvi & Mello, 2020).

No estudo de Dalvi & Mello (2020), evidenciou-se também o fato de que a maioria dos participantes aumentaram o número de refeições realizadas acompanhados das pessoas com quem convivem, assim como a grande parte relatou optar pelo *delivery* para realizar uma refeição em companhia. Dessa forma, é possível perceber que a alimentação é um meio de criação de laços e de socialização com outras pessoas, mesmo à distância (Dalvi & Mello, 2020).

O ambiente influencia as escolhas alimentares e o modo de vida urbano atual desencoraja a autonomia culinária dos sujeitos e famílias, bem como estimula a busca por praticidade em um contexto em que diversas outras soluções não saudáveis estão disponíveis e contribuem para a obesogenicidade do ambiente alimentar (Botelho, 2021).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse estudo foi possível concluir que a utilização dos aplicativos de *delivery* de comida é uma prática alimentar comum em Goiânia, e que altera negativamente a comensalidade dos goianienses. A amostra foi formada predominantemente por mulheres, com idade de 20 a 29 anos com renda de quatro salários mínimos ou mais, 95% estava em distanciamento, sendo maior utilização dos *apps* para pessoas que utilizam quatro vezes ou mais por mês. A grande maioria disse encontrar alimentos de sua preferência, sendo o maior consumo dos usuários alimentos considerados não saudáveis. O principal motivo para uso dos *apps* foi a praticidade de se pedir uma comida pronta, seguido pela falta de tempo em que os usuários não dispõem para fazerem suas próprias refeições.

A maior frequência dos alimentos consumidos foi de hambúrgueres e pizzas. O jantar foi a refeição mais pedida, sendo a escolha influenciada pela “entrega grátis”, o que demonstra que as estratégias de marketing e venda influenciam nas escolhas alimentares dos consumidores, alterando os seus hábitos alimentares.

Esse tipo de alimentação se consumida frequentemente podem trazer consequências sérias à saúde, tornando um dos principais fatores para doenças crônicas como diabetes, hipertensão e obesidade, pois geralmente esse tipo de serviço, não inclui em suas ofertas cardápios mais saudáveis e observa-se ausência de alimentos como hortaliças, frutas e leguminosas nos pedidos recorrentes feitos nesses aplicativos. O Guia Alimentar orienta que os alimentos *in natura* ou minimamente processados, em grande variedade e predominantemente de origem vegetal, são a base para uma alimentação nutricionalmente balanceada, saborosa, culturalmente apropriada e promotora de um sistema alimentar socialmente e ambientalmente sustentável.

Com essa ascensão da indústria de *delivery* de comida, ainda não existem propostas de medidas específicas para estimular a aquisição de preparações culinárias baseadas em alimentos *in natura* ou minimamente processados, e desencorajar a compra daquelas à base de alimentos ultraprocessados.

Com a industrialização e o avanço da tecnologia da comunicação e informação, ocorreram mudanças nos hábitos alimentares, processos esses potencializados com a chegada da pandemia da Covid-19, que consolidou os usos de diversos aplicativos de *delivery* de alimentação, influenciando diretamente nos hábitos alimentares na vida dos goianienses.

Ante as condições sanitárias ocasionadas à época da pandemia, com isolamento e distanciamento social, tornou-se fundamental que os estabelecimentos de comidas adaptassem os serviços de entrega de alimentos e, com eles a comensalidade goiana. Onde os cidadãos goianienses impossibilitados de frequentarem presencialmente os estabelecimentos de comida, “optaram” pela praticidade dos aplicativos de comidas, intensificando a demanda por esse tipo de serviço. Diante deste cenário pandêmico houve mudanças nos hábitos alimentares dos consumidores e, da crescente necessidade de “maior praticidade” para se alimentar, o serviço de alimentação se destacou no mercado foi os serviços *online* (Stecca, 2020).

Com isso, a diversidade alimentar dos goianos tem sido influenciada, motivando fortemente o comportamento e as escolhas alimentares, incluindo alguns fatores como: praticidade, sabor, falta de tempo, aumentando a demanda por refeições caracterizadas por uma baixa qualidade nutricional, alto teor de carboidratos simples, gorduras e sódio.

Nesse sentido, adoção de intervenções para proteger a saúde como a divulgação do guia alimentar em ações de educação alimentar e nutricional em várias instâncias na comunidade como escolas, unidades de saúde, igrejas, buscando desestimular o consumo de ultraprocessados, por meio do desenvolvimento de consciência crítica que proporcione melhores escolhas dentro dos *apps*.

Apesar da expressiva importância do tema para o meio científico, são necessários futuros estudos para verificar sobre a prática de compra de comida em aplicativos a fim de identificar potenciais impactos nutricionais, definir e fundamentar ações para promover uma alimentação adequada e saudável nesse “canal digital”.

REFERÊNCIAS

Alcantara, F. B., et al. (2021). A influência dos aplicativos de *delivery* de alimentos no hábito alimentar na região da grande São Paulo – SP, *Revista Eletrônica Acervo Saúde*. ISSN 2178-2091, fev.

Barbosa, L. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

Bezerra, I. N., et al. (2017) Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. *Revista de Saúde Pública*. 51:15.

- Biernacki, P. & Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods & Research*. 10: 141-163.
- Bittencourt, F. T. R. (2019). O consumo de comida via aplicativos de delivery no ambiente laboral: um caminho para precarização do trabalho? *Diálogo com a Economia Criativa*. 4 (10): 34-46.
- Bizarro, S. & Ferreira, M. F. (2021). *O impacto da crise pandêmica de Covid-19 (Coronavírus) no sistema alimentar português: estudo exploratório dos media e imprensa*. Lisboa, nº2.
- Brasil. (2019). *Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico*. Ministério da Saúde, 1ª edição, Brasília – DF.
- Brasil. (2020). *Decreto no 10.282, de 20 de março de 2020*. Regulamenta a Lei no 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. Diário Oficial da União 2020; 20 mar.
- Botelho, L. V. (2021). *Ambiente alimentar digital: estudo descritivo sobre o uso de aplicativos de entrega de comida pronta para consumo entre residentes da região metropolitana do Rio de Janeiro*. Dissertação (Mestrado em Epidemiologia em Saúde Pública) - Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro.
- Botelho, L. V. & Cardoso, L. O.; Canella, D. S. (2020). COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida. *Caderno de Saúde Pública*. 36(11).
- Dalvi, M. D & Melo, J. S. (2020). *A influência dos aplicativos de delivery na comensalidade e nos hábitos alimentares nos tempos de distanciamento social*. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso), Centro Universitário de Brasília, Brasília.
- Delivery Much. (2018). *Diagnóstico do delivery de comida no interior do Brasil em 2018*. Disponível em: <https://blog.deliverymuch.com.br/delivery-muchfranquia/> (accessado em 24/Mai/2020).
- Delivery Much. (2020). *Pesquisa: delivery online no Brasil em 2020*. Disponível em: <https://blog.deliverymuch.com.br/numeros-do-delivery-online-no-brasil/> (accessado em 29/nov/2020).
- Elizabeth, L., et al. (2020). *Ultra-Processed foods and health outcomes: A narrative Review*. *Nutrients*. 12(7): 1955.
- E-Bit. (2019). *WebShoppers*. 40ª.ed. Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>. Acesso em: 04 de junho de 2020.
- Frabasil D., Campos E. & Buldrini R. (2020). *Coronavírus: como o iFood está lidando com o aumento da demanda por delivery*. Época Negócios 2020; 3 abr. <https://epocanegocios.globo.com/Startup/noticia/2020/04/coronavirus-comoo-ifood-esta-lidando-com-o-aumento-da-de-manda-por-delivery.html>.
- Gazeta do Povo. (2020). *99 Food. Serviço ganha novos públicos e ajuda a manter bares e restaurantes em operação durante a pandemia*. Gazeta do Povo 2020; 29 abr. <https://www.gazetadopovo.com.br/conteudo-publicitario/99-food/servico-ganha-novos-publicos-e-ajuda-a-manter-bares-e-restaurantes-em-operacao-durante-a-pandemia/>.
- Instituto Qualibest. (2012). https://www.institutoqualibest.com/wp-content/uploads/2022/05/Pesquisa_App_Delivery_2022.pdf.
- Instituto Qualibest. (2020). Consumo de comida delivery por aplicativo. Disponível em <https://www.institutoqualibest.com/download/uso-de-apps-de-delivery-de-comida/>. (accessado em 24/Mai/2020).
- Lima, F. E. T., et al. (2021) Intervalo de tempo decorrido entre o início dos sintomas e a realização do exame para COVID-19 nas capitais brasileiras, agosto de 2020. *Epidemiologia e Serviços da Saúde*, 30(1).
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- Manzato, A. J. & Santos, A. B. (2021). *A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa*. In: *Departamento de Ciência de Computação e Estatística – IBILCE – UNESP*. Universidade Federal de Santa Catarina, SC.
- Monteiro, C. A., et al. (2013). Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system: Ultra-processed products: global dominance. *Obesity Reviews*, 14 (Suppl. 2):21–28.
- Monteiro, C. A., et al. (2016). A estrela brilha. [Classificação dos alimentos. Saúde Pública.]. *World Nutrition*, 7(1–3):28–40.
- Monteiro, C. A., et al. (2019). *Ultra-processed foods, diet quality, and health using the NOVA classification system*. Roma: FAO.
- Moraes, J. M. M. (2017). *Porque as pessoas comem o que comem? Comparação das motivações para comer entre dois contextos socioeconômicos díspares no Brasil*. (Dissertação de Mestrado), Universidade de São Paulo, SP.
- Moubarac, J. C. et al., (2013). Consumption of ultra-processed foods and likely impact on human health. Evidence from Canada. *Public Health Nutrition*, 16 (12):2240– 2248.
- Nascimento, A. R. & Silva, B. F.; Santos, G. G.. (2009). *E-Commerce: O melhor caminho no mercado atual*. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) - Curso de Administração - Marketing, Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM, Marília, SP.
- Pitanga, F., Beck, C& Pitanga, C. (2020). Inatividade física, obesidade e COVID-19: perspectivas entre múltiplas pandemias. *Rev Bras Ativ Fis Saúde*. 2020;25:e0114. DOI: 10.12820/rbafs.25e0114.
- Rafaell, R. M. R., et al.. (2020). Epidemiologia, políticas públicas e pandemia de Covid-19: o que esperar no Brasil. *Rev. Enferm. UERJ*, Rio de Janeiro, 28.
- Rio de Janeiro. (2020). *Decreto no 47.102, de 1o de junho de 2020*. Dispõe sobre as medidas de enfrentamento da propagação do novo coronavírus (COVID-19), em decorrência da situação de emergência em saúde, e dá outras providências. Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro 2020; 2 jun.
- Rui, M. & Lisboa, M. S. (2019). *A influência dos fatores do modelo de aceitação tecnológica no grau de satisfação com aplicativos para entrega de alimentos em domicílio*. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) - Curso de Administração - Universidade Federal de Uberlândia - UFU, Uberlândia, MG.

Santos, M. D., *et al.* (2015). Precificando de forma estratégica: um estudo junto às empresas do ramo delivery de alimentos em um município gaúcho. In:4º *ECOINOVAR*, 2015, Santa Maria. Anais eletrônicos. Santa Maria.

São Paulo. (2020). Decretos do Governo de SP com medidas de prevenção e combate ao novo coronavírus. SP Notícias 2020; 26 mar. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/decretos-do-governode-sp-com-medidas-de-prevencao-e-combate-ao-novo-coronavirus/>.

Stecca, R. D. S. (2020). Gestão da informação e inteligência competitiva aplicadas ao serviço delivery online do setor de *alimentação*. Dissertação (Mestrado em Agronegócio e Desenvolvimento) Universidade Estadual Paulista UNESP. Faculdade de Ciências e Engenharia.

Soupin E. (2020). *Com cariocas de quarentena, pedidos de delivery disparam no Rio*. G1, 19 mar, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/03/19/com-cariocas-de-quarentenapedidos-de-deliver>.

Souza, A. M., *et al.*. (2013). Alimentos mais consumidos no Brasil: Inquérito nacional de alimentação 2008-2009. *Rev Saúde Pública*, 2013;47(1 Supl):190S-9S.

Swinburn B.A., *et al.* (2019). *The global syndemic of obesity, undernutrition, and climate change: The Lancet Commission report*. *Lancet* 2019; 393:791-846.

Wolf G. (2020). *iFood Loop: como a startup de refeições quer 'digitalizar o PF'*. O Estado de S. Paulo 2020; 29 jan. <https://link.estadao.com.br/noticias/inovacao,ifood-loop-como-a-startup-de-refeicoes-quer-digitalizar-o-pf,70003176441>.