

# EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: CRIAÇÃO DE UM APLICATIVO PARA DELIVERY DE BEBIDAS NO MUNICÍPIO DE LORENA- SP

## Resumo

O objetivo deste artigo é a criação de um aplicativo de bebidas delivery no município de Lorena- SP. Após identificar a necessidade de ter um depósito com horário de funcionamento estendido e entregas, decidiu-se, portanto, desenvolver o trabalho em questão. O diferencial será a aquisição facilitada de bebidas com maior segurança e conforto com preços acessíveis para os futuros clientes por meio do aplicativo. Além disso, o aplicativo contará com diversas formas de pagamento como cartões, entre outros meios digitais, consignado de bebidas, cálculo para consumo, combos promocionais e vantagens para fidelização. Em virtude dos fatos mencionados o depósito com o aplicativo atenderá o público (disponibilidade e conforto). Muito mais do que prestar um serviço de compra e entrega de bebida, a ideia proposta visa oferecer maior segurança, comodidade e conforto para os futuros clientes.

**Palavras-chave:** Delivery; Aplicativo; Empreendedorismo; Tecnologia; Inovação.

## ABSTRACT

The purpose of the article is to create application delivery in the municipality of Lorena-SP. Determining the need to have a deposit with extended opening hours and deliveries, it was therefore decided to develop the work in question. The difference will be the easy purchase of drinks with greater security and comfort with prices obtained for future customers through the application. In addition, the application will have several forms of payment such as cards, among other digital media, payroll deductions, calculation for consumption, promotional combos and loyalty benefits. Due to the highlighted facts, the deposit with the application will serve the public (availability and comfort). Much more than providing a drink purchase and delivery service, the proposed idea aims to offer greater security, convenience and comfort to future customers.

**Keywords:** Delivery; App; Entrepreneurship; Technology; Innovation.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo criar um aplicativo de aquisição com propósito de aplicação em distribuidores de bebidas, visando proporcionar segurança e facilidade em adquirir produtos/serviços. O atendimento será realizado de forma física e virtual, que tem por finalidade, facilitar a solicitação de mercadorias entre os clientes.

Segundo Prefeitura Municipal de São Paulo (2019), 40% das mortes causadas por acidentes de trânsito são causadas por motoristas alcoolizados. Em síntese, no que tange a segurança dos clientes e no consumo consciente, o aplicativo



proporciona maior comodidade, conforto e segurança com a entrega do pedido diretamente no evento.

O potencial de inovação da empresa pauta-se no desenvolvimento de um aplicativo que facilita a aquisição de bebidas em residência e em locais nos quais estão acontecendo eventos em geral. As entregas acontecem em qualquer horário do dia. Além disso, o aplicativo fornece o cálculo de consumo de bebida por tipo de festa, levando em consideração o número de pessoas e os diferentes tipos de produtos a serem consumidos, conforme perfil do cliente.

Contudo, há dois problemas previamente identificados, o horário de funcionamento dos estabelecimentos de bebidas que funcionam normalmente em um fechamento entre 22 horas e 00 horas e a segurança do consumidor.

De frente as problemáticas levantada, o aplicativo objetiva solucionar esses dois e demais problemas, funcionando em um regime de horários flexíveis, entregando os insumos de acordo com o horário solicitado no evento, além da possibilidade de se consumir em consignação.

Para ilustrar a ideia foi utilizado a ferramenta *User experience* (experiência do usuário) para avaliar o aplicativo “Último Gole” através de seu desenvolvimento em uma apresentação no power point. A ferramenta *User experience* retrata as percepções e respostas de uma pessoa que resultam do uso primário de um produto, sistema ou serviço através de um protótipo.

O presente trabalho está dividido em: Resumo, abstract, introdução, metodologia, resultados e discussão, conclusão e referência.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Definição de Empreendedorismo e Empreendedorismo no Brasil.

O Empreendedorismo além de ser descrito como um campo de pesquisa, é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolve soluções e investe recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, projeto, produtos ou serviços, novos processos de produção ou matéria-prima, novos mercados, novas formas de organizar as técnicas existentes ou um movimento que gere mudança na vida das pessoas. Após esse processo de descoberta, exploração e avaliação, temos os resultados de tudo isso como uma ampla gama de efeitos positivos ou negativos. (BARON; SHANE, 2016).

### 2.2 Empreendedorismo no Aplicativo

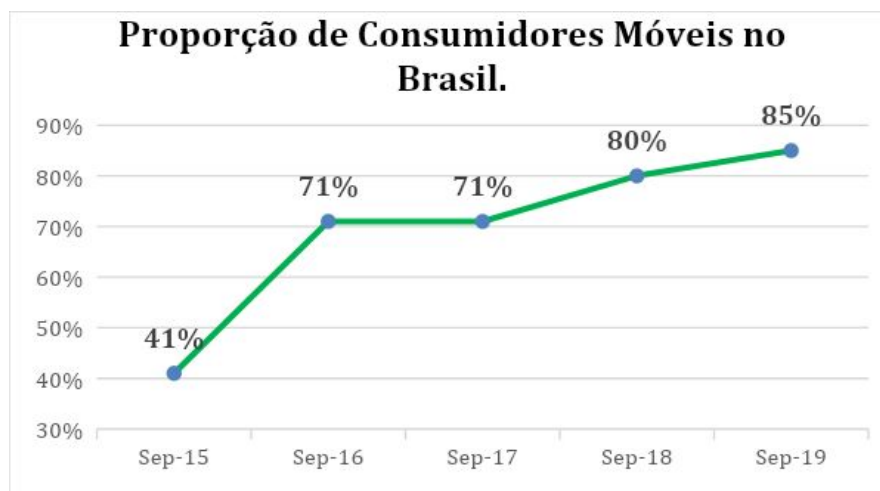
O termo *mobile marketing* surgiu no começo da última década, se relaciona à comunicação multifuncional e bidirecional entre uma empresa para com seus clientes realizada por meio de uma rede onipresente a qual os consumidores estão constantemente conectados usando um dispositivo móvel pessoal. (SOUZA, 2017)

Atualmente dispositivos móveis já concentram 43% da participação de mercado, enquanto o desktop é responsável pelos demais 57%. Ademais, dados recentes do Panorama do Comércio Móvel do Brasil, indicam que 85% dos brasileiros que possuem smartphones realizam compras utilizando o dispositivo,



advindo de um crescimento exponencial desde setembro de 2015, como demonstrado na figura abaixo (SILVA, 2016).

**Figura 1** - Evolução da Proporção de Consumidores Móveis no Brasil.



**Fonte:** Panorama Mobile Time/Opinion Box – Comércio móvel no Brasil – setembro de 2019

## 2.3 Marketing Digital

“Marketing digital é a aplicação de estratégias de comunicação e marketing com vista à promoção de produtos ou serviços, por meio de canais digitais (websites, blogs, redes sociais, aplicações móveis etc.) e de aparelhos eletrônicos.” (FAUSTINO, 2019, pag. 21).

A internet é o meio que domina o mundo na atualidade, o alcance que os anúncios e conteúdos tem, é inimaginável, não só alcança públicos do mundo inteiro como nichos específicos. Além do alcance, a interação que o público pode ter com o mercadólogo é surreal, ter um retorno mais direto e escutar feedbacks do seu público e assim melhorar a sua performance e qualidade (CINTRA, 2010).

## 2.4 Método *User Experience*

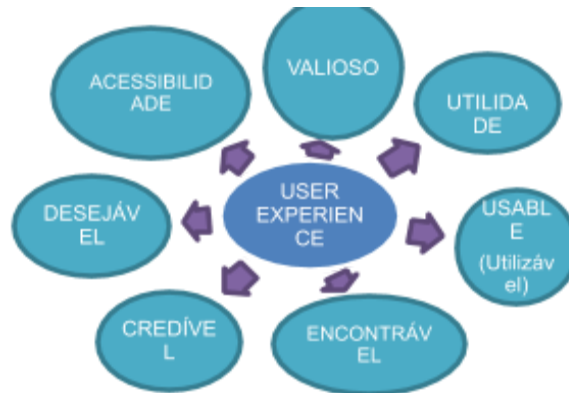
A pesquisa em si, visa analisar a viabilidade do aplicativo e segundo Salomão (2001) relata que a indagação de uma pesquisa relata: o que é, apresenta registro, análise e interpretação da natureza atual ou processos dos fenômenos. Neste caso, o presente trabalho interpretar os conceitos, a forma e a avaliação da usabilidade.

## 3. METODOLOGIA

Utilizar-se-á como método do trabalho a ferramenta *User experience* que consiste em mensurar como os usuários se sentem interagindo com um novo negócio, focado principalmente em tecnologias como desenvolvimento de softwares.



**Figura 2** – Os sete elementos da experiência do usuário no *User experience*.



Fonte: adaptada pelos autores (2020)

A pesquisa é de caráter qualitativo que visa estudar as experiências do usuário quanto a usabilidade do aplicativo. O projeto foi avaliado por 20 usuários por meio da ferramenta *User experience* (experiência do usuário) e a coleta da avaliação dos usuários foram quantificados por meio da ferramenta Google Forms. A teoria não é um processo suficiente para qualificar o desenvolvimento de um novo projeto. É necessário utilizar pesquisas qualitativas para mensurar a implementação de um novo projeto.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após realizar uma pesquisa com 20 entrevistados no período dos dias 29 de maio à 01 de junho de 2020, obteve-se um resultado satisfatório com a avaliação e as devolutivas quanto ao uso do aplicativo. Não foram identificadas implicações que resultassem em mudanças no aplicativo. A pesquisa conta com 10 perguntas qualitativas conforme dividido em 4 opções de alternativa: ruim, regular, bom ou NDA. Abaixo está a tabela em ordem com a avaliação de alguns pontos levantados:

RESULTADOS			
1 - O Design da home do App está agradável?			
Ruim: 0	Regular: 3	Bom: 17	NDA: 0
2 - As cores utilizadas no app estão agradáveis?			
Ruim: 0	Regular: 8	Bom: 12	NDA: 0
3 - O layout do App está adequado?			
Ruim: 0	Regular: 2	Bom: 18	NDA: 0

**3 - Os ícon**

Ruim: 0

7 - É fácil realizar o pedido?



### 1 - O Design da home do App está agradável?

15% dos entrevistados que julga a home regular, descreve que a imagem ao fundo poderia ser menos opaca, sem deixar em evidência, pois assim, não poderia atrapalhar a visualização de alguns usuários. Porém, 85% dos outros entrevistados julga “divertida” a home do aplicativo. De forma que a home agrade ambos os entrevistados, poderia considerar a aplicação da opacidade da imagem de bebidas ao fundo, dessa maneira, a imagem continuaria, porém não atrapalharia a navegabilidade.

### 2 - As cores utilizadas no App estão agradáveis?

40% dos entrevistados que julga regular a cor do aplicativo, declara que poderia haver outras cores além do amarelo, de forma a justificar a escolha da cor, foi explicado aos entrevistados que o amarelo é a cor principal da nossa marca e este padrão é seguido por outros aplicativos de delivery. Os outros 60% dos entrevistados que selecionaram como bom, alega que a cor não interfere em seu julgamento.

### 3 - O layout do App está adequado?

10% dos entrevistados que julga regular o layout do aplicativo, refere que o layout não contém design inovador, porém 90% dos entrevistados julga que o layout do aplicativo segue um padrão no qual já estão acostumados.



#### 4 - É fácil criar um login?

Dos entrevistados que julgaram 30% regular e 5% NDA, expressam que, é difícil avaliar, pois não tiveram a real experiência. Entretanto, 65% dos entrevistados consente que realizar o login é uma forma padrão comparado a outros aplicativos.

#### 5 - É fácil encontrar o produto desejado?

Dos entrevistados que julga 20% regular e 5% NDA, declara que ao pesquisar os produtos desejados, identifica-se que ao selecionar o produto, encontram pouca variedade de produtos. Em contrapartida, justifica que o esboço contém apenas uma prévia da tela produtos, no caso água. 75% dos entrevistados que selecionam como bom, considera a tela clara e de fácil manuseio.

#### 6 - Os ícones de navegação estão organizados e de fácil acesso?

95% dos entrevistados que julga como bom, observa-se que as informações estão disponíveis e são de simples manejo, não impossibilita a experiência do usuário na hora de realizar o pedido.

#### 7 - É fácil realizar o pedido?

95% dos entrevistados julga fácil a navegabilidade pelas telas, declara ser simples e rápido a realização do pedido. Os 5% dos entrevistados que assinalaram como NDA, não justificaram, pois não se tinha uma opinião formada por nunca ter navegado no aplicativo real.

#### 8 - O design geral do APP está agradável?

40% dos entrevistados que julga o design como regular, alega-se que a apresentação estava muito básica, não oferece a real ideia do potencial do aplicativo. Justifica-se que a apresentação seria um esboço de forma reduzida para exemplificar a ideia do aplicativo Último Gole. 60% dos entrevistados, presume-se como bom, diz estar satisfeitos com o design do aplicativo.

#### 9 - A gama de produtos ofertados estão satisfatórios?

25% dos entrevistados que julga regular, alega-se que através da apresentação não foi possível verificar todas as opções de produtos ofertados, temos somente como exemplo, a tela água. 65% dos entrevistados declara como bom, relata que se sente satisfeitos com a lista de produtos oferecidos. 10% prefere não opinar.



## 10 - É fácil a navegabilidade pelo APP?

85% dos entrevistados que sinaliza como bom, relata que o menu lateral facilita a navegabilidade entre as telas. 10% dos entrevistados considera regular, pois sente-se falta de um botão “voltar”. 5% dos entrevistados indica como NDA e não soube opinar.

Durante a pesquisa, foram identificadas algumas sugestões de melhoria pelos entrevistados como: Identificação da quantidade de itens em um fardo, inclusão de dúvidas frequentes para novos usuários, tela com informações sobre a história do aplicativo (desenvolvimento, escolha do nome, cidade de atuação, missão, visão e valores).



## 5. CONCLUSÃO

Conforme o desenvolvimento da pesquisa em questão constatou-se a viabilidade do aplicativo de delivery através de métodos como pesquisas em artigos, uso da ferramenta, questionário com perguntas fechadas. Em consideração a pandemia decorrente do primeiro semestre de 2020, reforça ainda mais a aplicabilidade do delivery. Este recurso tem sido utilizado, porém, este modelo se reforçou e ganhou mais visibilidade atualmente.

Dado o exposto, o depósito de bebidas com delivery no município de Lorena é aplicável? O aplicativo conta com ferramentas que agregam valor ao principal objetivo que é o delivery de bebidas. Além de oferecer comodidade, segurança, conforto com preços acessíveis o aplicativo conta com recursos como:

- Combos pré-selecionados com ofertas para a seu evento;
- Ferramenta que calcula a quantidade de cada tipo de bebida necessária para cada indivíduo;
- Bebida em regime de consignação;
- Jogos online para entreter seu evento e ferramenta para contabilizar rodada de truco.
- Entregas em horários flexíveis, visando a satisfação do cliente.

A inovação do aplicativo “Último Gole” está nas ferramentas citadas acima além de ser o único na cidade de Lorena, os recursos que contribui para fidelizar o cliente como cartão fidelidade (a cada “10” pedidos o cliente ganha um combo especial).

O aplicativo tem como disponibilidade atuar na cidade de Lorena interior de São Paulo. Como conceituado anteriormente, a cidade conta com estabelecimentos (supermercado, bares) que funcionam até 22 horas ou 00 horas. Como os eventos tendem acontecer até um horário mais estendido, o aplicativo consegue atender a essa “necessidade”. A inovação do “Último Gole” está principalmente em atender a demanda de horário da cidade de Lorena, e proporcionar mais facilidades através das ferramentas citadas acima.

A tecnologia e a inovação são um conjunto para o sucesso das empresas independente do seu ramo de atividade. Produtos em destaque não são garantias de que uma empresa tenha sucesso, é preciso estar de olho no mercado, nas necessidades dos clientes e na concorrência. A implementação de recursos tecnológicos de formas inovadoras em meio já existentes é um caminho eficaz para o sucesso.

Conclui-se que utilizar da tecnologia para melhoria dos processos é uma ótima ferramenta de inovação. Unir o olhar da inovação sobre sugerir modificações, tornar diferente aquilo que já existe, a tecnologia é um meio para unificação dessas ferramentas poderosas. Para isso, há implementação de um delivery em um depósito de bebidas na cidade de Lorena é aplicável. É possível a compra de





bebidas em supermercados, bares e depósito nas cidades, porém, nenhum deles conta com um aplicativo de entregas.

## 6. REFERÊNCIA

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Bebida e Direção. Disponível em:  
<<http://prefeitura.sp.gov.br/quantomaiscedopior/bebida-edirecao.html>> Acesso em 06 abr. 2020.

SEBRAE. Mas afinal, o que é empreendedorismo. Disponível em:  
<<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo>> Acesso em 13 abr. 2020.

*GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*. Diagnosticando os impactos do covid-19 no empreendedorismo: explorando soluções de políticas para recuperação Disponível em:  
<<https://www.gemconsortium.org/latest-global-reports/1882>> Acesso em 13 abr. 2020.

ESCOLA DESIGN THINKING. Criatividade e Inovação. Disponível em:  
<<https://escoladesignthinking.echos.cc/blog/2018/06/criatividadee-inovacao>> Acesso em 13 abr. 2020.

EVOLVE. O que é inovação?. Disponível em:  
<<https://evolvempv.com/o-que-e-inovacao>> Acesso em 13 abr. 2020

SIGNIFICADOS. Significado de Inovação. Disponível em:  
<<https://www.significados.com.br/inovacao>> Acesso em 13 abr. 2020.

TERRA. Taxa de empreendedorismo no Brasil chega a 38%. Disponível em:  
<<https://www.terra.com.br/noticias/dino/taxa-deempreendedorismo-no-brasil-eh-a-38,11001b00eaa3b49b4ba2460421c062c23rsi46ri.html>> Acesso em 13 abr. 2020.

PROXIMA. Analisando o empreendedorismo no Brasil. Disponível em:  
<<https://www.proxima.com.br/home/proxima/howto/2020/02/13/analizando-o-empreendedorismo-no-brasil.html>> Acesso em 13 abr. 2020.

BESSANT, JONH; TIDD, JOE. *Empreendedorismo e Inovação*. BOOKMAN EDITORA, 2009. Disponível em:  
<<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=mV6kDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Fonte:+Bessant,+John,+and+Joe+Tidd.+Inova%C3%A7%C3%A3o+e+empreendedorismo.+Bookman+E>>



ditora,+2009.&ots=NI8CfCUQhz&sig=a5WZy88NKT9ZvXVyMWajNjKOFBA#v=on  
epage&q=Fonte%3A%20Bessant%2C%20John%2C%20and%20Joe%20Tidd  
%20Inova%C3%A7%C3%A3o%20e%20empreendedorismo.%20Bookman%20  
0 Editora%2C%202009.&f=false> Acesso em 14 abr. 2020.

SERASA EXPERIAN. O mercado mobile brasileiro em números. Disponível em:  
<<https://www.serasaexperian.com.br/blog/o-mercado-mobilebrasileiro-em-numeros>> Acesso em 14 abr. 2020.

INTALKS. Mobile marketing: o que é, conceitos e como funciona. Disponível em:  
<<https://take.net/blog/inovacao/mobile-marketing>> Acesso em 14 abr. 2020.

E-COMMERCEBRASIL. 85% dos brasileiros compram online. Disponível em:  
<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/85-dosbrasileiros-compram-online>> Acesso em 14 abr. 2020.

FIRJAN. Economia Criativa. Disponível em:  
<<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>> Acesso em: 19 abr. 2020

EGEPE. Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições e Abordagens.  
Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema05/186.pdf>> Acesso em 19 abr. 2020.

TECHOJE. Tecnologia e Inovação. Disponível em:  
<[http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe\\_artigo/423](http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/423)> Acesso em 20 abr. 2020.

PROGRAMAS DE GOVERNO. A inclusão social e a popularização da ciência e a tecnologia no Brasil. Disponível em:  
<<http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1512/1708>> Acesso em 20 abr. 2020.

JUNIOR, GILBERT. *MARKETING*. Editora SARAIVA, 2017. Disponível em:  
<<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=sYRnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT1182&dq=marketing&ots=42CH7eMsf&sig=V0QHHoDNUNvMxg9LsDMitUP8OdA#v=onepage&q&f=false>> Acesso em 25 abr. 2020.

