



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Cenário e Desafios do Delivery brasileiro

Daniel Klarnet Nachbar

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, Junho de 2023.



Daniel Klarnet Nachbar

Cenário e Desafios do Delivery brasileiro

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador(a): Marco Aurélio de Sá Ribeiro

Rio de Janeiro,
Junho de 2023.

RESUMO

Com a interrupção das atividades da população durante o período da pandemia, os serviços do setor alimentício precisaram criar alternativas manter seu funcionamento, dentre elas, a principal foi o serviço de *delivery*. O objetivo deste estudo foi analisar o cenário do *delivery* brasileiro e seus desafios a partir da perspectiva dos trabalhadores desse setor. Foi realizado um estudo exploratório descritivo quantitativo com dados levantados a partir de questionário direcionado para os entregadores de *delivery* alimentício das principais plataformas que oferecem o serviço. Observou-se que a amostra foi composta, em sua maioria, por homens entre 18-25 anos com ensino médio incompleto ou completo que prestavam serviço principalmente para as plataformas Rappi e Ifood. Dentre eles, 47,9% atua de maneira informal e a maioria demonstra insatisfação com os seus direitos trabalhistas, especialmente a ausência de seguro desemprego, décimo terceiro e férias, respectivamente, e com os baixos salários. Todos os entrevistados apontaram que a profissão não é segura, sendo este considerado um desafio e um fator a ser melhorado pelos aplicativos. Evidenciou-se a necessidade de melhora das condições de trabalho dos entregadores de *delivery* e valorização da profissão.

Palavras-chave: Entregas. Aplicativos. Desafios. Profissão. Rappi.

ABSTRACT

With the interruption of the population's activities during the pandemic period, the food sector services needed to create alternatives to maintain their operation, among them, the main one was the delivery service. The objective of this study was to analyze the Brazilian delivery scenario and its challenges from the perspective of the workers in this sector. An exploratory descriptive quantitative study was carried out with data collected from a questionnaire directed to the delivery drivers of the main food delivery platforms that offer the service. It was observed that the sample was mostly composed of men between 18-25 years old with incomplete or complete high school education who provided service mainly for Rappi and Ifood platforms. Among them, 47.9% work informally, and most of them are dissatisfied with their labor rights, especially the absence of unemployment insurance, Christmas bonus, and vacation, respectively, and with the low salaries. All the interviewees pointed out that the profession is not safe, this being considered a challenge and a factor to be improved by the applications. It was evident the need to improve the working conditions of delivery drivers and valorize the profession.

Keywords: Deliveries. Applications. Challenges. Profession. Rappi.

SUMÁRIO

1 O TEMA E O PROBLEMA DE ESTUDO.....	06
1.1 Introdução ao tema e ao problema do estudo e sua contextualização.....	06
1.2 Objetivos do estudo.....	07
1.2.1 Objetivo geral do estudo.....	07
1.2.2 Objetivos específicos do estudo.....	07
1.3 Justificativa e relevância do estudo e sua problematização.....	08
1.4 Delimitação do Estudo.....	08
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	10
2.1 Setor de Delivery no Brasil.....	10
2.2 O delivery na pandemia.....	12
2.3 Leis e perspectivas trabalhistas.....	14
2.3.1 Direitos trabalhistas.....	16
3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA E DE ANÁLISE DE DADOS DO ESTUDO.....	18
3.1 Etapas de Coleta de dados.....	18
3.2 Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo.....	19
3.3 Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo.....	19
3.4 Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo.....	20
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	21
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS.....	30
APÊNDICES.....	33

1 O TEMA E O PROBLEMA DE ESTUDO

Este capítulo apresenta a contextualização do tema abordado e da problemática do estudo, apontando os objetivos que pretendem ser alcançado de maneira geral e específica.

Apresenta também a justificativa da escolha da temática e sua importância para a sociedade brasileira, bem como a delimitação do tema, especificando qual é o foco do estudo.

1.1 Introdução ao tema e ao problema do estudo e sua contextualização

Nos últimos anos ocorreram diversas mudanças socioeconômicas no Brasil e no mundo e, juntamente a isso, novos modelos de negócio são criados, como é o caso da economia compartilhada. Esse conceito tem feito com que os indivíduos se deparem com realidades diferentes daquelas que já estão acostumados, fazendo com que as pessoas busquem mais conforto e comodidade para realizar suas atividades diárias (MENDES, 2023).

Nesse sentido, a evolução tecnológica impacta nas relações humanas, que tendem a ser mais ágeis e mais rápidas. Para atender às necessidades do homem moderno foram criados diversos serviços, dentre eles, os aplicativos de entrega de comida, ou também chamados de *delivery* (MENDES, 2023).

O mercado de aplicativos cresceu de maneira rápida e massiva desde sua criação. Por meio do avanço das tecnologias, é possível solicitar a entrega de almoço, janta, compras de mercado, farmácia, entre outros artigos sem sair de casa. Em 2019 os aplicativos de entrega de comida, no Brasil, tiveram mais de 1 bilhão de acessos (CRELIER, 2019). Os gastos de consumo com os aplicativos de *delivery* de comida atingiram mais de R\$ 215 bilhões em 2019, demonstrando que também impacta no cenário econômico do país (NASCIMENTO, REIS, 2021). Logo, é relevante para o estudo.

O trabalho por meio de plataformas digitais está inserido no setor de serviços, como é o caso das entregas. A ideia principal dessas plataformas é conectar as necessidades de oferta e demanda e o acesso aos produtos; assim, as empresas são as portadoras dos meios de produção (os aplicativos) e o capital é produzido e reproduzido por meio dos trabalhadores (NASCIMENTO, REIS, 2021).

Em relação aos trabalhadores dos aplicativos de entrega de comida, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2018 havia cerca de 10,1 milhões de trabalhadores nos aplicativos de entrega de comida, aumentando para milhões em 2019, o que representa um cenário de alta informalidade e desemprego no Brasil (CRELIER, 2019).

1.2 Objetivos do estudo

A seguir serão apresentados os objetivos do estudo, sendo o objetivo geral o mais amplo, e os objetivos específicos o caminho percorrido para alcançar o todo.

1.2.1 Objetivo geral do estudo

Este trabalho tem como objetivo geral analisar o cenário do delivery brasileiro e seus desafios a partir da perspectiva dos trabalhadores desse setor.

1.2.2 Objetivos específicos do estudo

Os objetivos específicos, que norteiam as ações realizadas para alcançar o objetivo geral são:

- ❖ Entender o que é e como se comporta o setor de delivery brasileiro, verificando sua evolução nos últimos anos;
- ❖ Analisar os impactos do período da pandemia do covid-19 no setor de delivery;
- ❖ Identificar e apontar os principais direitos e as perspectivas trabalhistas dos indivíduos que atuam com o delivery;

- ❖ Ponderar o ponto de vista dos entregadores de aplicativo de comida os principais desafios do setor.

1.3 Justificativa e relevância do estudo e sua problematização

As plataformas de delivery, especialmente do setor alimentício, apresentaram um crescimento acelerado, principalmente devido à pandemia do covid-19. O Brasil é o país que detém cerca de 50% das movimentações de entrega de comida em toda a América Latina, e há mais de 250 aplicativos que oferecem esse serviço no país, podendo fornecer entrega de alimentos, remédios, artigos de pet shop, entre outros (MASSSA, 2022).

Em 2020 o delivery de alimentos subiu 187% no Brasil em relação a 2019, além disso, 60% da população brasileira considera que pedir comida por aplicativo se tornou um hábito (ABRASEL, 2022). Esse crescimento foi tão significativo que criou novas oportunidades para os empreendedores, para os consumidores e para os prestadores de serviço. Por exemplo, atualmente, quem não possui veículo para trabalhar, recorre ao aluguel de carros e motos para prestar serviço aos aplicativos de delivery (REIS, 2022).

A escolha da temática do trabalho se justifica a partir da consideração da mudança do setor de delivery e o aumento do interesse dos diversos stakeholders nesse setor (consumidores, empreendedores e prestadores de serviço), sendo fundamental entender o cenário e os desafios que o delivery enfrenta no Brasil atualmente.

1.4 Delimitação do estudo

Este estudo será voltado para trabalhadores que prestam serviço para a plataforma Rappi, uma das mais importantes e bem sucedidas empresas de *delivery* alimentício no Brasil.

A Rappi é um serviço de *delivery* que se destaca de seus concorrentes por entregar tudo. O app está disponível em versão *web* e aplicativo para celulares Android ou iPhone (iOS), a plataforma oferece cardápios de restaurantes, supermercados e diversos tipos de produtos de loja. A Rappi surgiu em 2015, na Colômbia, fundada pelos empresários colombianos Felipe Villamarin, Sebastian

Mejia e Simon Bolero. O objetivo era formar uma empresa de tecnologia que facilitasse a vida das pessoas (RAPPI, 2023).

A empresa possui sede em 9 países da América Latina e mais de 100 cidades no Brasil, seu objetivo é influenciar as comunidades em que atua, conectando e unindo pessoas através de uma única plataforma. Em 2017, a empresa entrou no Brasil e, segundo a empresa, os parceiros fornecedores da Rappi já percorreram mais de 2 milhões de quilômetros em apenas um ano de atuação no país. Essa quilometragem equivale a aproximadamente 183 voltas ao redor da lua, ou 285 viagens de Brasília até Bogotá, cidade natal da startup (COELHO, 2018).

Em 2018, a rodada de investimentos atingiu uma avaliação de US\$ 1 bilhão. A empresa levantou mais de \$ 200 milhões de investidores proeminentes, como Sequoia, Andreessen Horowitz e DST Global, elas estão entre os maiores investidores do mundo. Já em 2020, a Rappi se firmou em primeiro lugar, sendo app mais completo da América Latina. Essa condição significa que a empresa basicamente entrega tudo em poucos minutos. A Rappi se define como uma empresa que está em constante inovação. Os fundadores da empresa afirmam que a Rappi foi a primeira em trazer o conceito de delivery de nuvem no Brasil. Outra grande inovação da empresa foi implantar o conceito de delivery integral no Brasil, como os de pet shop, supermercado, farmácia, entre outros, facilitando a vida dos usuários sem precisar sair de casa (RAPPI, 2023).

A missão da empresa é impulsionar o desenvolvimento econômico de todas as cidades latino-americanas acelerando a adesão do comércio eletrônico. A Rappi acredita que a inovação e a tecnologia se tornarão os principais incentivos do desenvolvimento da América Latina, aumentando a produtividade, gerando empregos e novos negócios e impulsionando o crescimento econômico. Para os clientes consumidores, o app permite acesso a uma gama de produtos em poucos minutos, oferecendo serviços que aumentam o tempo livre e melhoram a qualidade de vida. A Rappi tem como princípios realizar sempre entregar mágica aos clientes, apostar na inovação e mostrar o caminho para o norte a seguir, agir sempre espírito empreendedor e otimismo, valorizar o trabalho em equipe e a diversidade e seguir com ambição para o bem público (COELHO, 2018).

2 REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo apresenta o levantamento bibliográfico realizado para embasar as pesquisas que foram feitas. Assim, este capítulo aborda questões como o setor do delivery no Brasil, as implicações da pandemia no setor e alguns pontos considerando a perspectiva trabalhista dos entregadores de aplicativos de alimentação.

2.1 Setor de Delivery no Brasil

A expansão tecnológica no Brasil teve seu início mais expressivo em 2014, com os celulares e smartphones se tornando os equipamentos digitais mais utilizados pelos brasileiros, ultrapassando os computadores. De acordo com o IBGE (2018), a quantidade de pessoas com acesso à internet cresceu de 69,3% para 74,9% entre 2017 e 2018; e a presença dos celulares também aumentou, de 92,6% para 93,2% considerando o mesmo período (MARTINIANO et al., 2022).

Tanto o acesso à internet quanto ao celular permitem que o indivíduo tenha acesso a diversas facilidades, como movimentar sua conta bancária, navegar pelas redes sociais, acessar várias opções de entretenimento, entre outros. A maior parte dessas atividades são realizadas por meio de aplicativos. Em 2017, no Brasil, havia cerca de 3,6 milhões de aplicativos disponíveis para download, o que representa um aumento de 30% em relação ao ano anterior. Além disso, em 2018, cerca de 24% de todos os produtos adquiridos pelos brasileiros advém de aplicativos (MARTINIANO et al., 2022).

De acordo com Kotler (2021), a tecnologia pode promover benefícios à vida das pessoas, melhorando sua qualidade de vida. A transformação digital faz com que as empresas possam superar os desafios do mercado e se destaquem em seu setor de atuação. Além disso, é fundamental que a tecnologia esteja alinhada para atender às mudanças do comportamento do consumidor (KOTLER, 2021).

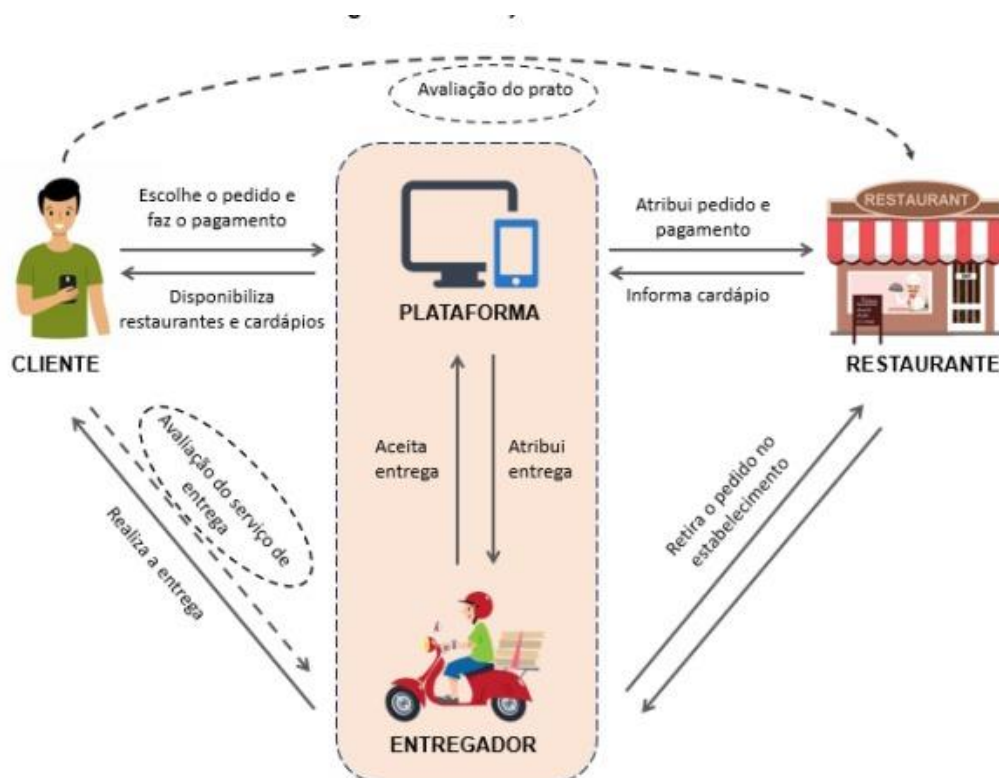
O termo delivery, derivado do inglês, pode ser traduzido livremente como "entrega", e pode ser conceituado como a ação em que o cliente solicita a entrega de um produto sem precisar ir até o estabelecimento, como por exemplo, pedir

almoço em casa por um aplicativo e receber sem precisar se locomover. O delivery alimentício pode ser conceituado como uma "estratégia logística de negócio para gerar valor ao cliente, promovendo a sua satisfação e consequente manutenção do negócio através de um diferencial competitivo." (MENDES, 2023, p. 15).

O mercado de delivery se popularizou à medida em que os hábitos de consumo da população também mudou. No século XX, as famílias tradicionalmente se reuniam para fazer suas refeições em volta da mesa, e os restaurantes eram frequentados apenas em ocasiões especiais. Entretanto, no contexto atual, com a expansão do modelo de fast food, onde em alguns minutos o cliente recebe seu hambúrguer feito na hora, o indivíduo passou a escolher suas refeições sem considerar diariamente a tradição familiar passada. Com isso, as pessoas adquiriram o costume de pedir comida para entregar em casa, usando os restaurantes até mesmo mais de uma vez por semana (MENDES, 2023).

A figura 1 apresenta um esquema a respeito de como funciona o aplicativo de delivery.

Figura 1: Delivery



Fonte: Mendes, 2023

Conforme pode ser visto na figura 1, o restaurante disponibiliza seu cardápio para a plataforma e o cliente escolhe dentre diversas opções de pratos e restaurantes. O aplicativo solicita o entregador que, quando aceita a entrega, vai até o estabelecimento e leva o pedido até o local onde o cliente solicitou. Por fim, o cliente pode avaliar seu pedido e sua entrega.

De acordo com o Kantar (2021), aproximadamente um terço dos brasileiros pedem entrega de comida em casa pelo menos uma vez por semana. Com a pandemia do covid-19 e o isolamento social, essa atividade aumentou ainda mais e se perpetuou após a flexibilização das medidas de segurança, haja vista que enquanto em 2021 o percentual de pessoas que pediam comida por aplicativo era de 18%, em 2022 passou para 28%.

Considerando o aumento do setor de delivery, cresce também os players no mercado, aumentando a competitividade e a concorrência. Para se destacar, portanto, é essencial que as organizações criem planejamentos eficazes e, para isso, as cinco forças de Porter são fundamentais na criação do planejamento estratégico que será colocado em prática, levando em consideração os concorrentes, clientes, fornecedores, produtos substitutos, entre outros (PORTER, 1996).

2.2 O delivery na pandemia

Com a interrupção das atividades escolares e laborais da população durante o período da pandemia, que exigia isolamento social afim de mitigar a disseminação da doença que acontecia no país de maneira exponencial desde a chegada do vírus, os serviços do setor alimentício precisaram criar alternativas para continuarem funcionando e obtendo seus lucros (OMS, 2020). Uma destas opções foi a intensificação do serviço de entrega para consumo fora do estabelecimento onde é produzido o alimento – mais conhecido como *delivery* –, uma vez que as pessoas estavam com a sua mobilidade restrita e não poderiam consumir os produtos na loja ou restaurante (SEBRAE, 2020).

Os serviços de entrega, seja via telefone ou aplicativos, se tornaram opções viáveis para minimizar o impacto financeiro que a pandemia deixaria nas empresas do setor, caso não houvesse esta alternativa, tendo em vista que além de ser uma escolha confortável para o cliente também representa uma maneira rápida e eficiente de executar o serviço garantindo a satisfação do cliente

(SEBRAE, 2020). A expansão deste serviço foi confirmada pela empresa *Ifood*, com aumento da frequência e do pedido (FRABASILE, CAMPOS, BULDRINI, 2020) e tem relação com renda e idade, sendo maior entre adultos e jovens de classe A ou B, especialmente na região sudeste do país (QUALIBET, 2020). Estes dados são confirmados no estudo de Menighini (et al. 2021), cujos resultados demonstraram crescimento no número de pedidos, faturamento total e ticket médio nos restaurantes analisados em comparação com o ano anterior a instauração da pandemia no Brasil.

Os riscos relacionados à contaminação ao optar pelo *delivery*, embora sejam baixos, podem ocorrer durante o contato entre os funcionários, o entregador e o cliente ou com superfícies previamente manipuladas como dinheiro, cartão e a embalagem do produto (SOARES, LIMA, 2020). Além disso, outros estudos mencionam que tal serviço, geralmente, oferece alimentos ricos em calorias e pobres em nutrientes, cujo consumo pode prejudicar a saúde do consumidor (KEEBLE, et al. 2020). Em um estudo realizado em Belo Horizonte, observou-se que somente 16% dos estabelecimentos dos dois aplicativos estudados vendiam refeições com predomínio de legumes e verduras, a imensa maioria vendia alimentos e bebidas ultraprocessados (HORTA, et al., 2020).

Nesse sentido, observa-se que não existem propostas, regras ou políticas nessas plataformas que estimulem o consumo de alimentos mais saudáveis com o objetivo de proteger a saúde da população tanto em tempos de pandemia quanto posteriormente e cita como possibilidades a proibição de entregas em escolas, taxaço sobre alimentos vendidos com valores inferiores e porções grandes, regulamentação de algoritmos de indicação e uso de vale refeição (BOTELHO, CARDOSO, CANELLA, 2020).

Pelo maior risco de disseminação do Sars-Cov-2, o uso do *delivery* não foi isento dos cuidados e precauções inerentes da pandemia, foi necessário que uma série de adaptações fossem desenvolvidas e que medidas fossem propostas com o objetivo de evitar a contaminação através das superfícies de contato, alimentos e até por contato entre entregador e cliente (SOARES, LIMA, 2020). Para isso, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) desenvolveu um guia de “Segurança alimentar com dicas de cuidados para o *delivery* em meio à Covid-19” (SEBRAE, 2020).

Orientações aos restaurantes que oferecem serviço de *delivery* em tempos de pandemia, segundo manuais da OMS e SEBRAE (2020):

- ❖ Os vírus podem permanecer em superfícies por horas a dias, mas podem ser eliminados com a desinfecção adequada com álcool 70% e descarte de embalagens possivelmente contaminadas;
- ❖ Segundo a ANVISA, em nota técnica divulgada em 2020, não há evidências de que alimentos sejam fonte de contaminação, pois o vírus é sensível à altas temperaturas;
- ❖ Recomenda-se a manipulação e armazenamento adequado de alimentos crus, bem como a higiene das mãos, uso de luvas e máscaras, embora os dois últimos não fossem considerados precauções obrigatórias;
- ❖ Recomenda-se ao entregador – além de conhecer e se atentar aos sintomas – e o cliente a higiene das mãos antes e após a entrega/recebimento do pedido;
- ❖ Os alimentos devem ser embalados adequadamente em recipientes higienizados e recomenda-se comunicar ao clientes as medidas de precaução que a empresa adotou;
- ❖ Priorizar pagamentos online e entrega sem contato, evitar dinheiro e uso de maquininha de cartões;
- ❖ Afastamento imediato de funcionários sintomáticos.

Outrossim, é importante compreender que o serviço também auxiliou na ampliação das ofertas de emprego no setor de entrega para entregadores e na ampliação de pequenos negócios que anteriormente não contavam com essa estratégia para empreender e lucrar (SEBRAE, 2020). É possível perceber que essa proposta será fortalecida após a pandemia e que esta maneira de consumo será incorporada à rotina do brasileiro, porém é imprescindível que questões relacionadas à saúde da população que consome os serviços de delivery e os direitos trabalhistas dos entregadores sejam abordados (BOTELHO, CARDOSO, CANELLA, 2020).

2.3 Leis e perspectivas trabalhistas

Após a pandemia da Covid-19, houve um aumento de 3,5% no número de entregadores e motoboys em todo o Brasil, a maioria deles trabalhando na informalidade, sem benefícios como direitos trabalhistas e aposentadoria; e, durante a pandemia, sem o distanciamento social. Diante a crise econômica brasileira que mantém elevada a taxa de desemprego no Brasil, as reformas

trabalhistas também aumentaram a instabilidade, empurrando os trabalhadores para esse tipo de trabalho (DEISTER, 2022; ALEGRETTI, 2023).

A taxa de desemprego no primeiro trimestre de 2023, no Brasil, aumentou, chegando a 8,8%, enquanto no mesmo período de 2022, a taxa de desemprego era de 7,9% (KNOTH, 2023). Além disso, o número de desempregados também aumentou em relação ao quarto trimestre de 2022, em que há cerca de mais de 9 milhões de desempregados (NASSIF, 2023).

Durante as crises, os empregos informais e de baixa remuneração geralmente crescem mais rapidamente do que os empregos formais e geralmente são a única alternativa de emprego para a maioria dos desempregados. A pandemia, a crise econômica e o desemprego obrigaram parte da população à vida informal. Ocupações como entregas populares, ganharam força nos últimos anos, com empresas de tecnologia adotando a "uberização" como uma nova forma negócios que combina flexibilidade com privação de direitos trabalhistas (ACCARINI, 2020).

De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE (2022), o índice de informalidade no Brasil era de 40% da população efetiva. O IBGE compreende por trabalhadores informais os trabalhadores empregados no setor privado sem carteira de trabalho assinada; trabalhadores domésticos sem carteira de trabalho assinada; autônomos com registro de Pessoa Jurídica (PJ), autônomos que não possuem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e ajudantes familiares.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2023), apenas 23% de trabalhadores por aplicativos e entregas, autônomos, tem cobertura do INSS. No entanto, para a maioria dos brasileiros que exercem atividade privada de entrega de mercadorias ou transporte de passageiros (sem carteira assinada), a cobertura previdenciária não é uma realidade. Os 77% restantes das pessoas que não pagam seguro social não só têm a opção de não contar suas horas de trabalho quando se aposentam, mas também têm proteção em caso de acidentes ou de doença que os obrigue a se afastar do trabalho. Além de não receberem benefícios de maternidade e nenhum benefício de morte será deixado para seus dependentes sobreviventes (DEISTER, 2023).

Outro dado importante a destacar é que o Brasil tem aproximadamente 1,6 milhão de pessoas que trabalham como motoristas, distribuidores de aplicativos,

mototaxistas e outros autônomos no setor de transporte, sendo cerca de 90% homens. O rendimento líquido mensal médio de entregadores de aplicativo é de R\$ 1.980 a R\$ 3.039, considerando uma jornada de trabalho de 40 horas, com variações baseadas, entre outras coisas, no tempo ocioso, ou seja, tempo gasto usando aplicativos online sem fazer entregas. O mercado de trabalho está a tornar-se mais volátil, não só pelo estabelecimento de vínculos laborais sem mão-de-obra e proteção social, mas também pela criação de postos de trabalho menos complexos e perda de rendimentos. Mercado de trabalho pouco aproveitou o aumento da escolaridade da população na última década para estimular a atividade econômica (IEIRI, 2018).

2.3.1 Direitos Trabalhistas

Primeiramente é preciso avaliar em quais casos os motoboys tem direitos trabalhistas, havendo vínculo empregatício entre o Motoboy e a Empresa, o Profissional tem todos os direitos trabalhistas amparados pela CLT. Existe uma relação de trabalho quando uma pessoa presta serviços à outra pessoa e atende a essas cinco condições (IEIRI, 2018):

- ❖ Pessoa física: Os serviços devem ser prestados por pessoas físicas, não pessoas jurídicas.
- ❖ Personalidade: Os serviços devem ser prestados por funcionários contratados. Nenhuma outra pessoa pode agir em nome da Empresa.
- ❖ Hábito: O trabalho está em andamento.
- ❖ Subordinar: O trabalho está sujeito ao seu empregador, que controla, dirige e dirige a execução de seus serviços, incluindo: Por exemplo: horário de trabalho, uso de uniforme, cumprimento de metas, entre outros.
- Custo: Será pago pelo trabalho que for realizado.

No caso de trabalhos por aplicativos, comprovar o emprego pode ser mais difícil, pois os cinco requisitos nem sempre estão incluídos nesta lista. Porém, é significativo saber que atualmente existem diversas decisões judiciais favoráveis ao reconhecimento da relação empregatícia de motoboy de aplicativo. Caso haja um vínculo trabalhista, os principais direitos trabalhistas de um motoboy são: FGTS, 13º salário, férias, hora extra, adicional de periculosidade, adicional noturno, descanso semanal remunerado (DSR), salário mínimo ou piso salarial da categoria. Importante ressaltar que os motoboys não podem ganhar abaixo do salário mínimo nacional ou salário base da categoria.

Ainda em relação aos trabalhadores que possuem vínculo empregatício, é imprescindível que qualquer ocupação seja baseada na integração das leis trabalhistas. Isso garante que os trabalhadores nunca sejam "recuados" e seus direitos sejam sempre garantidos. A Lei 12.997/14 contém alguns direitos importantes sobre esta categoria no artigo 193(4) da CLT. Uma delas foi informar a todos os funcionários que fazem seu trabalho diário em uma motocicleta: Carga de motocicleta e serviços de motoboy têm direito a uma sobretaxa de trabalho perigoso. Esta é uma informação importante, pois esses trabalhadores estão expostos a perigos em seu trabalho diário, pois precisam fazer entregas rapidamente (ALEGRETTI, 2023).

Para se tornar um motoboy e trabalhar no Brasil deve-se atender aos seguintes requisitos importantes como: ter no mínimo 21 anos, ser qualificado nesta categoria por pelo menos dois anos, usar colete de segurança e dispositivo retrorrefletor, passar no curso profissional. As motocicletas utilizadas como equipamentos de trabalho devem atender a certos requisitos, como, aparador de linha de antena para cortar pipa, ter registro de o veículo na categoria de aluguel realizar inspeção semestral para verificação de segurança do equipamento e conter protetor mata-cachorro.

3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA E DE ANÁLISE DE DADOS DO ESTUDO

Nesse capítulo estão contidas as informações a respeito da metodologia da pesquisa que foi utilizada neste trabalho.

Assim, são apresentadas aqui as etapas de coleta de dados, as fontes de dados, as técnicas e instrumentos de pesquisa e as formas de analisar e tratar as informações obtidas durante a pesquisa.

3.1 Etapas de Coleta de dados

Para escolher um método de pesquisa adequado, primeiramente é preciso definir um problema de pesquisa, delinear como ocorrerá os passos a fim de obter as respostas para a problemática levantada (KERLINGER, 1980). Assim, a metodologia escolhida para a realização dessa pesquisa é a exploratória descritiva, de caráter quantitativo.

A pesquisa exploratória fornece ao pesquisador maiores informações sobre o tema que está sendo investigado, além de viabilizar o delineamento da pesquisa, orientando como alcançar o resultado de um objetivo e possibilitando encontrar até mesmo um novo enfoque para a pesquisa, o que permite que, nas considerações finais, haja a sugestão de novos estudos acerca da temática (ANDRADE, 2022).

Por sua vez a pesquisa descritiva identifica as diversas características de um determinado grupo, considerando que pode haver relações e variáveis. Além disso, verifica proporções entre os resultados (MATTAR, 2012).

3.2 Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo

A pesquisa quantitativa diz respeito a perguntas de múltipla escolha feitas em um questionário estruturado por meio do Google Formulários.

O questionário possui 21 perguntas e foi direcionado a entregadores de delivery alimentício, especialmente aos que prestam serviço para a plataforma Rappi, uma das maiores empresas desse setor no Brasil.

Além disso, foi realizado um levantamento bibliográfico que será utilizado também na análise e tratamento dos dados, como será verificado no item 3.4 deste capítulo.

3.3 Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo

A coleta de dados foi feita por meio de um questionário do Google Formulários que ficou disponível no mês de maio de 2023 e foi divulgado em grupos de WhatsApp para que fosse repassado a diversos entregadores de delivery, o que caracteriza uma amostra não-probabilística.

O formulário foi dividido em cinco seções, as quais estão explicadas a seguir:

A primeira seção possui perguntas para conhecer o perfil do entregador, como idade, gênero, escolaridade, há quanto tempo trabalha com delivery, para quais plataformas presta serviço e também quantas horas por dia se dedica ao trabalho.

A segunda seção é a respeito de direitos trabalhistas, identificando se o entregador trabalha de maneira formal, informal ou ambos; e se conhece seus direitos.

A terceira seção é voltada apenas para os trabalhadores informais, a fim de saber quais são os direitos trabalhistas que mais fazem falta em suas realidades.

A quarta seção, para todos os entregadores, objetiva entender quais são os principais desafios encontrados nessa profissão, se é uma atividade segura de ser realizada, entre outros.

Por fim, a última seção trata especificamente da plataforma Rappi e são solicitadas alguns opiniões inerentes ao trabalho prestado para o aplicativo, como nível de satisfação e pontos a melhorar.

3.4 Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo

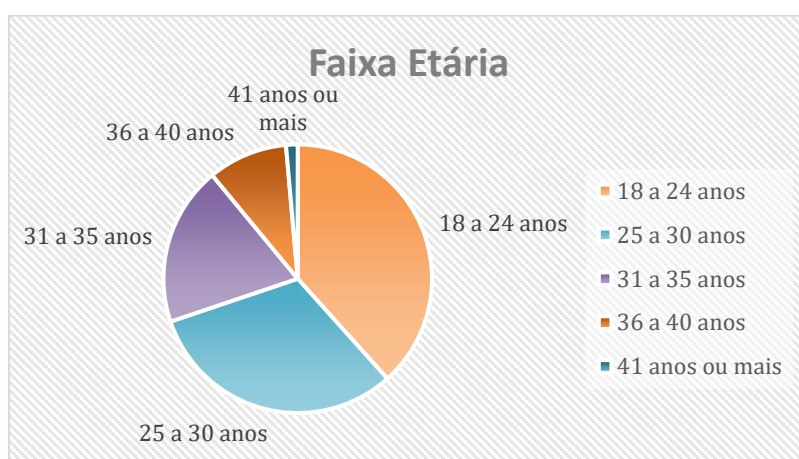
O tratamento e análise dos dados foi realizado por meio de uma análise numérica descritiva, apontando as porcentagens de respostas e buscando identificar um consenso entre os entregadores que responderam ao questionário da pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo são apresentados os resultados da pesquisa realizada durante todas as seções, bem como possíveis associações com o levantamento bibliográfico presente no capítulo 2.

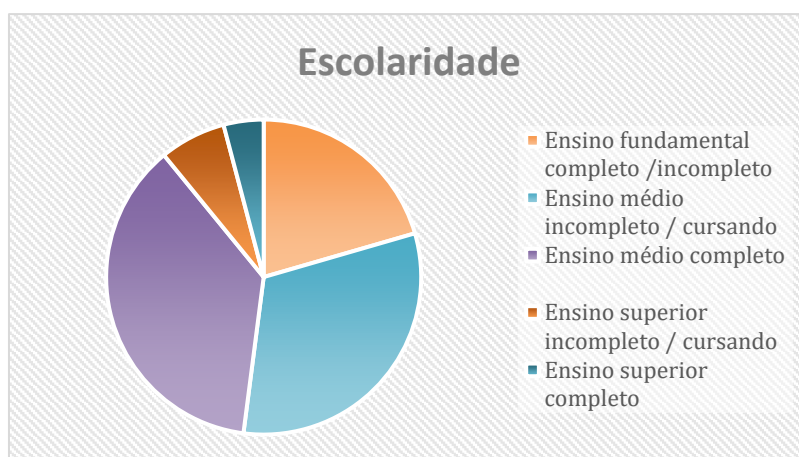
Em primeira análise, é preciso apontar que a pesquisa recebeu 73 respostas, sendo 5 mulheres e 68 homens. A faixa etária foi bastante variada, bem como a escolaridade. Essas informações estão elencadas nos gráficos 1 e 2 a seguir:

Gráfico 1: Faixa etária



Fonte: Google Formulário

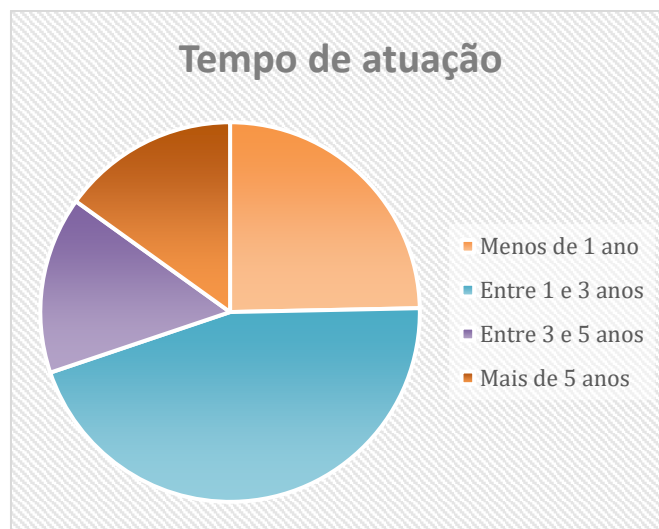
Gráfico 2: Escolaridade



Fonte: Google Formulário

A respeito de quanto tempo os entregadores trabalham com essa profissão, a maior parte está ativo entre 3 e 5 anos, conforme apontado no gráfico 3.

Gráfico 3: Tempo de atuação

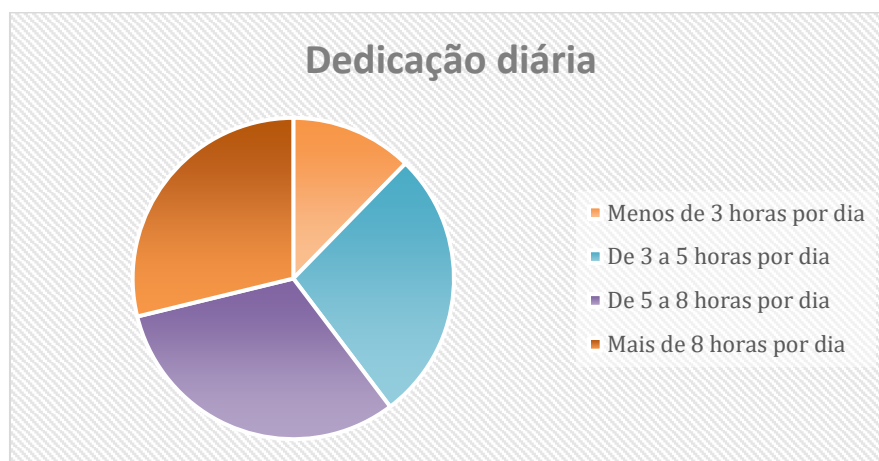


Fonte: Google Formulário

Em relação às plataformas para quais prestam serviço, 93,2% assinalaram a Rappi, 87,7% o Ifood, 21,9% o Zé Delivery e outras plataformas foram citadas, mas com menor relevância, como o Ai Q Fome, o James Delivery e também os que trabalham para empresas privadas. Nessa questão os entregadores puderam assinalar mais de uma opção, por isso o total de respostas ultrapassa os cem por cento.

Finalizando a construção do perfil dos entregadores da pesquisa, o gráfico 4 apresenta a quantidade horas trabalhadas diariamente.

Gráfico 4: Dedicção diária

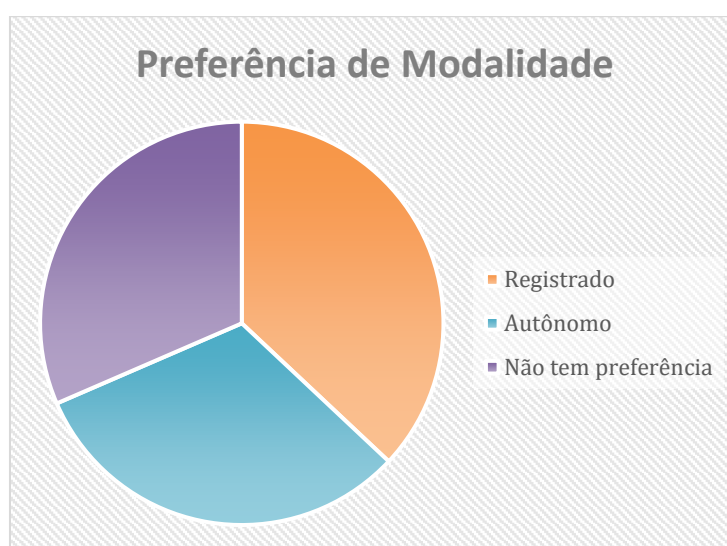


Fonte: Google Formulário

Assim, pode-se ver que o público da pesquisa é majoritariamente composto por homens, em que a maioria possui entre 18 e 25 anos, com ensino médio incompleto e completo – apesar de ter uma porcentagem considerável de entregadores com o ensino fundamental. Além disso, são pessoas que têm um tempo de atuação variado, mas a maior parte entre 1 e 3 anos, prestando serviço principalmente para a Rappi e para o I Food. Também são entregadores que dedicam, em sua maioria, no mínimo três horas de trabalho diário, mas chegando a ultrapassar oito horas por dia de entregas.

Em relação aos direitos trabalhistas, 47,9% dos entregadores da pesquisa trabalham de maneira informal, enquanto apenas 16,4% possuem um trabalho formal (com carteira assinada) e 35,6% atuam de ambas as formas. Felizmente o número de entregadores que conhecem seus direitos e sabem que os trabalhadores formais possuem direitos trabalhistas é de 69,9%. Contudo, há uma variação quando questionados sobre preferência de modalidade de trabalho, conforme o gráfico 5.

Gráfico 5: Preferência de modalidade de trabalho



Fonte: Google Formulário

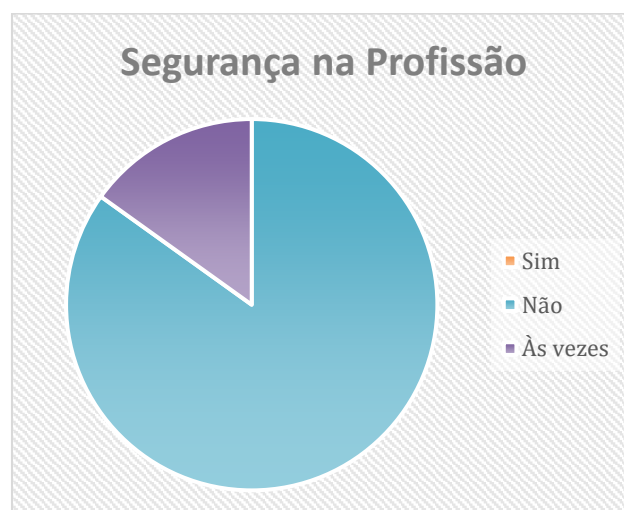
No que diz respeito em especial aos trabalhadores que estão na informalidade, a maior parte sente falta de direitos trabalhistas, representando 46,5% de pessoas que assinalaram de seis a dez em uma escala de 0 a 10, e 23,9% marcaram neutralidade, conforme está apresentado no gráfico 6.

Gráfico 6: Percepção da falta de direitos trabalhistas

Fonte: Google Formulário

Dentre os direitos trabalhistas que os entregadores na informalidade sentem mais falta, as respostas tiveram porcentagens divididas, mas a maioria, com 35,2% marcou Seguro Desemprego; 28,2% Décimo Terceiro; 19,7% hora extra e adicional noturno e apenas 16,9% marcaram Férias.

Por sua vez, em relação aos desafios da profissão, os entregadores consideram, majoritariamente, a profissão insegura, seguido de “às vezes” e nenhum entregador marcou que considera a profissão de motoboy segura, conforme o gráfico 7.

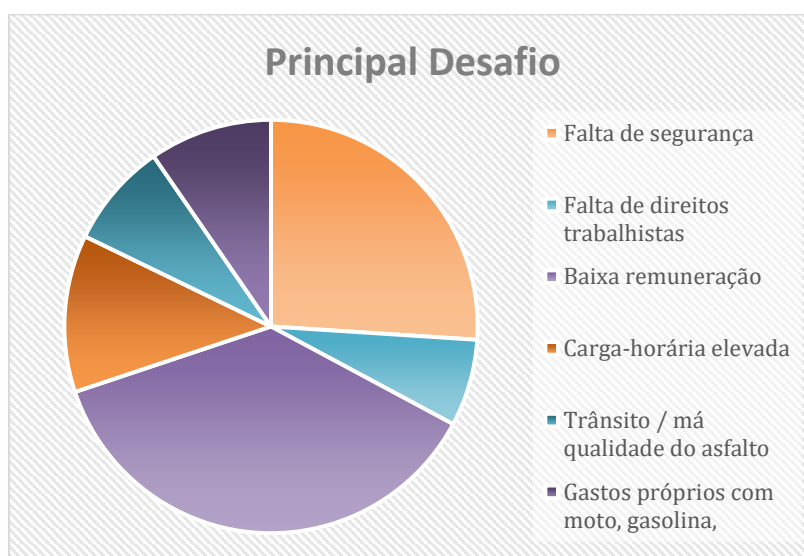
Gráfico 7: Considera a profissão segura?

Fonte: Google Formulário

Sobre a pandemia e a quantidade de entregas nesse período, a maioria dos entregadores que responderam à pesquisa tiveram a percepção de que aumentou, somando 61,7 das respostas, enquanto 23,3% apontaram que não houve mudança e apenas 9,6% entenderam que diminuiu a quantidade de entregas na pandemia.

Em relação ao principal desafio da profissão, a baixa remuneração foi o mais apontado, seguido da falta de segurança, conforme explicitado no gráfico 8.

Gráfico 8: Principal desafio da profissão



Fonte: Google Formulário

Sendo assim, a partir do gráfico 8 verificou-se que a baixa remuneração é o principal desafio identificado pelos entregadores, seguido da falta de segurança. Os outros quesitos aparecem com menor incidência, mas é preciso destacar a carga-horária elevada de trabalho.

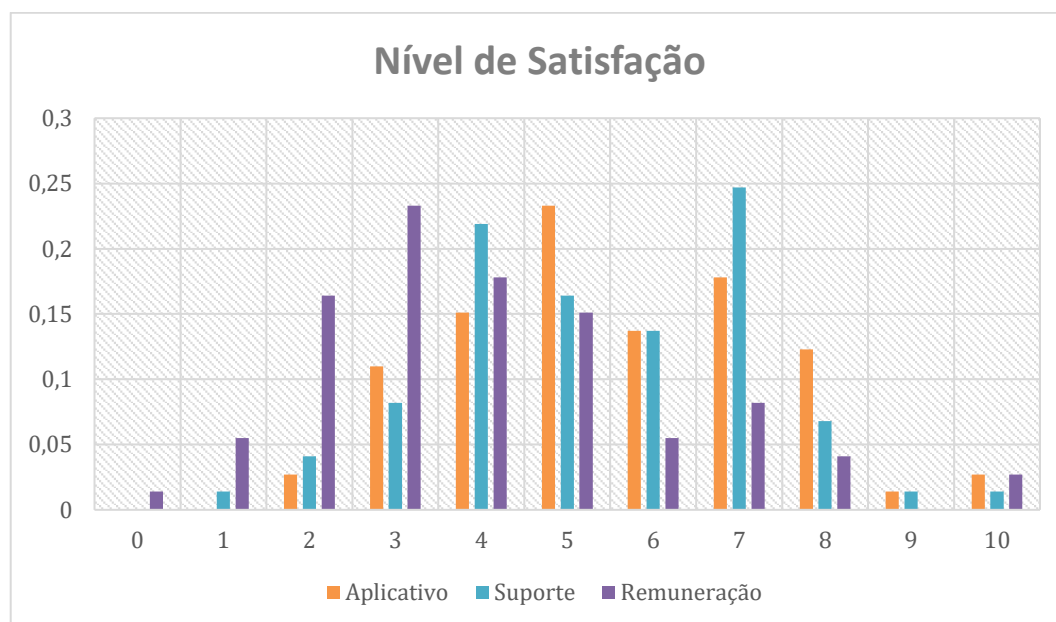
Como visto na pesquisa que diversos entregadores prestam serviço para mais de uma plataforma, eles foram perguntados a respeito do cenário competitivo entre os aplicativos. Nesse quesito, as respostas ficaram divididas de maneira semelhante: 31,5% acredita que há muita competitividade, 38,4% marcaram como “mais ou menos” e 30,1% não vê o cenário tão competitivo.

Na próxima seção de perguntas, os entregadores avaliaram sua percepção em relação ao aplicativo Rappi. A maior parte dos entregadores presta serviço a pouco tempo para a empresa, ou prestou durante pouco tempo, sendo 47,9% de

um a três anos, 34,2% menos de um ano, 12,3% de três a cinco anos e 5,5% mais de cinco anos.

Além disso, em relação ao aplicativo e suas facilidades tecnológicas, ao suporte e a remuneração oferecida pela Rappi, os entregadores avaliaram entre 0 a 10 cada quesito, sendo 0 muito insatisfeito e 10 muito satisfeito, conforme o gráfico 10.

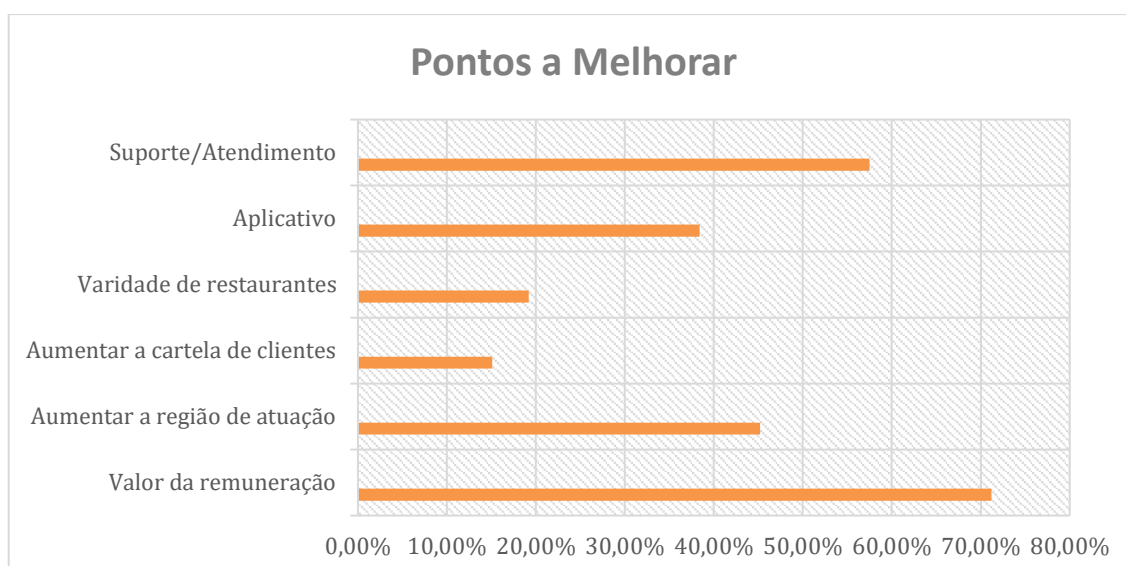
Gráfico 10: Nível de satisfação



Fonte: Google Formulário

Com o nível de satisfação apresentado no gráfico 10, o aplicativo, no sentido tecnológico, obteve notas medianas, mas positivas, entre 5 e 8; por sua vez, o suporte do aplicativo também obteve uma avaliação regular, em que a maioria ficou entre 4 e 7. Por sua vez, a remuneração apresentou as piores avaliações dos entregadores, sendo a maior parte entre 0 e 5.

O gráfico 11 apresenta os fatores apontados como aqueles que ainda precisam ser melhorados pela Rappi, de acordo com o ponto de vista dos entregadores.

Gráfico 11: Pontos a melhorar

Fonte: Google Formulário

Dentre os fatores que a Rappi ainda precisa melhorar, o valor da remuneração foi o quesito mais apontado, com mais de 70% das respostas, seguido do suporte/atendimento e aumentar a região de atuação, conforme os dados apresentados no gráfico 11.

Por fim, como ponto forte da Rappi, os entregadores apontaram, primeiramente, o aplicativo (35,6%), a variedade de lojas e restaurantes (23,3%), a região de atuação (16,4) e por fim apareceram o suporte, cartela de clientes, e por último o valor da remuneração.

Com a análise apresentada, fica nítido que os entregadores precisam de maior segurança e remuneração para que se sintam mais valorizados em sua profissão. Além disso, a maior parte dos entrevistados possuem baixo nível de escolaridade, o que demonstra a necessidade de maior capacitação e incentivo ao estudo, além de mudanças na profissão de entregadores de delivery, haja vista que é um setor muito importante para a sociedade brasileira e que possui aderência pela população.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interrupção das atividades mundiais durante o período da pandemia exigiu que as empresas de todos os setores inovassem na sua maneira de atuar para alcançar seus clientes em isolamento social. Para o setor alimentício, o serviço de *delivery* se estabeleceu como uma forma efetiva e viável do ponto de vista de saúde para sustentar o funcionamento das empresas desse ramo. Além disso, auxiliou na ampliação das vagas de emprego, especialmente para os entregadores, e dos pequenos negócios que passaram a contar com este serviço como sua principal atividade para garantir a continuidade.

O perfil da amostra deste trabalho foi composta, em sua grande maioria, por homens (68 homens e apenas 5 mulheres) que atuam como entregadores de *delivery* há aproximadamente 1 a 3 anos, na faixa etária dos 18 aos 24 anos e ensino médio completo, embora uma parcela considerável esteja na faixa dos 25-30 anos e tenha ensino médio incompleto ou tenha cursado até o ensino fundamental. A maioria prestava serviço para os mais conhecidos aplicativos, principalmente o Rappi e Ifood, com dedicação diária de, ao menos, 3 horas de trabalho, mas alguns ultrapassando 8 horas por dia.

O ponto crítico do estudo foi estabelecido frente a percepção que quase a metade destes profissionais atua de maneira informal e mais de um terço de forma mista, tem atuação formal, mas necessita de serviços informais extra para complementar a renda. Os entrevistados demonstraram conhecer seus direitos trabalhistas, porém houve importante descontentamento com a informalidade da profissão, o qual foi marcado pela falta do Seguro Desemprego, do Décimo Terceiro e das Férias, de acordo com os participantes, deixando claro a necessidade de maior atenção das autoridades para com estes trabalhadores.

Vale ressaltar que todos consideraram a profissão insegura e parcela significativa referiu que os principais desafios enfrentados pelos entregadores são a baixa remuneração e a falta de segurança, mas também foram apontados a carga horária elevada, os gastos com moto e gasolina e a falta de direitos trabalhistas como dificuldades. Apesar dos problemas inerentes à profissão, a

maioria dos entregadores apontou o crescimento das entregas durante o período pandêmico, mas não houve consenso em relação ao aumento da competitividade.

Com relação ao aplicativo Rappi, os participantes demonstraram moderada satisfação com a tecnologia, o suporte oferecido e, de menor maneira, com a remuneração, necessitando de melhorias sobretudo neste quesito. Por outro lado, avaliaram que o serviço tem como pontos fortes a tecnologia utilizada em seu aplicativo e a variedade de lojas e restaurantes disponíveis para atuação, o que possivelmente amplia a oportunidade de entregas e ganhos para eles.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Delivery de comida vira hábito para mais de 60% da população. 2022. Disponível em: <https://abrasel.com.br/revista/mercado-e-tendencias/delivery-de-comida-vira-habito-para-mais-de-60-da-populacao/>. Acesso em: 07 jun. 2023.

ACCARINI, A. Brasil já tem quase um milhão de motoboys e maioria é informal, diz Dieese. CUT, 2020. Disponível em: <https://www.cut.org.br/noticias/brasil-ja-tem-quase-um-milhao-de-motoboys-e-maioria-e-informal-diz-dieese-1011#:~:text=Depois%20da%20pandemia%2C%20o%20n%C3%BAmero,se%20aposentar%20sem%20receber%20aux%C3%ADlio%2D>. Acesso em: 28 maio 2023.

ALEGRETTI, L. Sem proteção: só 23% dos entregadores e motoristas de app têm cobertura do INSS. UOL Economia, 2023. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2023/01/16/sem-protecao-so-23-dos-entregadores-e-motoristas-de-app-tem-cobertura-do-inss.htm>. Acesso em: 05 jun. 2023.

ANDRADE, M. M. Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2022.

BOTELHO, L.V.; CARDOSO, L.O.; CANELLA, D.S. COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida. Cadernos de Saúde Pública, v. 36, n. 3, p. 4217-4226, 2020.

COELHO, T. Como funciona a Rappi? Conheça o aplicativo de delivery. Tech Tudo, 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/11/como-funciona-o-rappi-conheca-o-aplicativo-de-delivery.ghtml>. Acesso em: 05 jun. 2023.

CRELIER, C. Número de pessoas que trabalham em veículos cresce 29,2%, maior alta da série. Agência de Notícias IBGE, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26424-numero-de-pessoas-que-trabalham-em-veiculos-cresce-29-maior-alta-da-serie>. Acesso em: 28 maio 2023.

DEISTER, J. Crescimento da informalidade: trabalhador de entregas relata precariedade após acidente. Brasil de Fato, 2022. Disponível em: <https://www.brasildefatoj.com.br/2022/10/17/crescimento-da-informalidade-trabalhador-de-entregas-relata-precariedade-apos-acidente>. Acesso em: 03 jun. 2023.

FRABASILE, D.; CAMPOS, E.; BULDRINI, R. Coronavírus: como o iFood está lidando com o aumento da demanda por delivery. Época Negócios 2020. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Startup/noticia/2020/04/coronavirus-como-o->

ifood-esta-lidando-com-o-aumento-da-demanda-por-delivery.html. Acesso em: 01 jun. 2023.

HORTA, P.M. et al. Digital food environment of a Brazilian metropolis: food availability and marketing strategies used by delivery apps. *Public Health Nutr* 2020.

IEIRI, E. Y. Direitos trabalhistas do motoboy de pizzaria, lanchonetes e similares de São Paulo – SP (2016-2017). Jus Brasil, 2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/direitos-trabalhistas-do-motoboy-de-pizzaria-lanchonetes-e-similares-de-sao-paulo-sp-2016-2017/430249470>. Acesso em: 04 jun. 2023.

INSTITUTO QUALIBEST. Consumo de comida delivery por aplicativo. Disponível em: <https://www.institutoqualibest.com/download/uso-de-apps-de-delivery-de-comida/>. Acesso em: 02 jun. 2023.

KANTAR. Delivery cresce e e-commerce enfrenta desconfiança do consumidor. Kantar. São Paulo, 7 de jan. 2021. Disponível em: <https://www.kantar.com/brazil/inspiration/consumo/delivery-cresce-e-ecommerce-enfrenta-desconfianca>. Acesso em: 21 maio 2023.

KEEBLE, M.; et al. Use of online food delivery services to order food prepared away-from-home and associated sociodemographic characteristics: a cross-sectional, multi-country analysis. *Int J Environ Res Public Health* 2020; 17:5190.

KERLINGER, F. N. Metodologia de pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual. São Paulo: EPU, 1980.

KNOTH, P. Desemprego no Brasil cresce no primeiro trimestre de 2023, diz IBGE; mulheres e jovens são mais afetados. *Inteligência Financeira*, maio de 2023. Disponível em: <https://inteligenciafinanceira.com.br/saiba/economia/desemprego-brasil-primeiro-trimestre-2023-ibge-mulheres-e-jovens/#:~:text=A%20taxa%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o%20da,Brasileiro%20de%20Geografia%20e%20Estat%C3%ADstica>. Acesso em: 01 jun. 2023.

KOTLER, P. Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade. São Paulo: Sextante, 2021.

MARTINIANO, A. J. A. O uso de aplicativos de delivery: um estudo exploratório. *Revista de Administração FACES*, v. 21, n. 3, 2022, pp. 91-108.

MASSA, R. M. O “Boom” das plataformas de Delivery no Brasil e suas consequências peculiares. FGV, 2022. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/boom-plataformas-delivery-brasil-e-suas-consequencias-peculiares>. Acesso em: 01 jun. 2023.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MENDES, J. P. T. S. O mercado de food delivery no cenário brasileiro: Uma análise da qualidade do serviço com base em percepções de clientes via internet. Universidade do Estado do Amazonas - Escola Superior de Tecnologia. Manaus - AM, 2023.

MENIGHINI, G. V. et al. Impacto da pandemia na demanda por aplicativo de delivery de alimentação em Piracicaba/SP. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 6, 2021.

NASCIMENTO, L. L. C.; REIS, C. R. As condições de trabalho dos entregadores e entregadoras por aplicativos no Brasil durante a pandemia. *Revista Princípios*, n. 160, 2021.

NASSIF, T. Taxa de desemprego sobe a 8,8% no primeiro trimestre de 2023, diz IBGE. *CNN Brasil*, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/taxa-de-desemprego-sobe-a-88-no-primeiro-trimestre-de-2023-diz-ibge/>. Acesso em: 05 jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE (OMS). COVID-19 and Food Safety: Guidance for Food Businesses: Interim guidance, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/publications-detail/covid-19-and-food-safety-guidance-for-food-businesses>. Acesso em: 05 jun. 2023.

PORTER, M. What is Strategy?, *Harvard Business Review*, Vol74, No 6, Nov-Dez 1996.

RAPPI. Quem somos. 2023. Disponível em: <https://about.rappi.com/br/quem-somos>. Acesso em: 15 maio 2023.

REIS, A. Delivery cresce de forma acelerada no Brasil, e abre novas possibilidades aos restaurantes. *Sebrae Respostas*, 2022. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/delivery-cresce-de-forma-acelerada-no-brasil-e-abre-novas-possibilidades-aos-restaurantes/>. Acesso em: 30 maio 2023.

SEBRAE. Como organizar um serviço de delivery eficiente. 2020. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/41dc3b709f7665ed704fae6663cec130/\\$File/19398.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/41dc3b709f7665ed704fae6663cec130/$File/19398.pdf). Acesso: 05 jun. 2023.

SOARES, A. C. N.; LIMA, M. R. S. Serviços de delivery alimentício e suas precauções em tempos da pandemia de SARS-COV-2 (Covid-19). *Brazilian Journal of Health Review*, v. 3, n. 3, p. 4217-4226, 2020.

APÊNDICE

ROTEIRO ESTRUTURADO DA PESQUISA QUANTITATIVA

Qual seu gênero? *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro

Qual sua faixa etária? *

- ☐ De 18 a 24 anos
- ☐ De 25 a 30 anos
- ☐ De 31 a 35 anos
- ☐ De 36 a 40 anos
- ☐ 41 anos ou mais

Qual sua escolaridade? *

- ☐ Ensino fundamental completo / incompleto
- ☐ Ensino médio incompleto / cursando
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto / cursando
- ☐ Ensino superior completo

Há quanto tempo você trabalha como motoboy? *

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ Entre 1 e 3 anos
- ☐ Entre 3 e 5 anos
- ☐ Mais de 5 anos

Para quais plataformas você presta serviço: *

- ☐ I food
- ☐ Rappi
- ☐ Zé Delivery
- ☐ Ai Q Fome
- ☐ James Delivery
- ☐ Empresas privadas

Quantas horas por dia você costuma a trabalhar? *

- ☐ Menos de 3 horas por dia
- ☐ De 3 a 5 horas por dia
- ☐ De 5 a 8 horas por dia
- ☐ Mais de 8 horas por dia

Você trabalha de maneira formal ou informal? *

- ☐ Formal
- ☐ Informal
- ☐ Ambos

Você sabia que um motoboy contratado por uma empresa de maneira formal possui direitos trabalhistas? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Independentemente da modalidade que você trabalha, se pudesse escolher, seria registrado ou autônomo?

- ☐ Registrado
- ☐ Autônomo
- ☐ Não tenho preferência

Você como trabalhador informal, em uma escala de 0 a 10, o quanto sente falta de direitos trabalhistas garantidos pela CLT? *

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Não sinto falta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sinto muita falta

Dos direitos trabalhistas garantidos pela CLT para os trabalhadores formais, qual você sente mais falta?

- ☐ 13º
- ☐ Férias
- ☐ Seguro Desemprego
- ☐ Hora extra / adicional noturno

Você considera sua profissão segura? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Às vezes

Você acha que hoje o volume de entregas aumentou ou diminuiu em relação ao período de pandemia e isolamento social? *

- ☐ Aumentou
- ☐ Diminuiu
- ☐ Não mudou

Em uma escala de 0 a 10, quão satisfeito você está com o suporte oferecido pela Rappi? *

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Muito Insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito Satisfeito

Em uma escala de 0 a 10, quão satisfeito você está com a remuneração oferecida pela Rappi? *

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Muito Insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito Satisfeito

Qual dos fatores abaixo você acha que a Rappi precisa melhorar? *

- ☐ Suporte / Atendimento
- ☐ Aplicativo
- ☐ Variedade de lojas / restaurantes
- ☐ Aumentar a cartela de clientes
- ☐ Aumentar a região de atuação
- ☐ Valor da remuneração

Qual dos fatores abaixo é o PONTO FORTE da Rappi? *

- ☐ Suporte / Atendimento
- ☐ Aplicativo
- ☐ Variedade de lojas / restaurantes
- ☐ Cartela de clientes
- ☐ Região de atuação
- ☐ Valor da remuneração