



ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO UTILIZADAS PELOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DA REGIÃO DA QUARTA COLÔNIA E SANTA MARIA/RS DURANTE A PANDEMIA COVID -19

Eduarda Alves Taschetto, discente de graduação, Universidade Federal de Santa Maria

Valéria Braccini, pós-graduação, Universidade Federal de Santa Maria

Magnólia Martins Erhardt, pós-graduação, Universidade Federal de Santa Maria

Matheus Abraão Piovesan Pedroso, discente de graduação, Universidade Federal de Santa Maria

Neila Silvia Pereira Richards, docente, Universidade Federal de Santa Maria

dudataschetto@gmail.com

Em virtude da pandemia do novo coronavírus e o consequente isolamento social, determinado pelas orientações dos órgãos de saúde, os serviços de alimentação necessitaram ajustar-se à nova realidade, visando evitar maiores perdas econômicas. Desta maneira os serviços de alimentação da região da Quarta Colônia e de Santa Maria/RS, os quais são referências da culinária típica italiana, tiveram que lançar mão de estratégias de vendas para manter-se no mercado. O objetivo do trabalho foi compreender quais as estratégias adotadas pelos bares e restaurantes desta região para o enfrentamento das incertezas geradas pela pandemia da Covid-19, para manter-se no mercado sem perdas econômicas nem reduções dos recursos humanos. Para tanto, foi realizada uma coleta de dados em 27 restaurantes estabelecidos nos municípios de Agudo, Dona Francisca, Ivorá, Faxinal do Soturno, Nova Palma, São João do Polêsine, Silveira Martins, Restinga Seca, Pinhal Grande e Santa Maria, nos meses de agosto e setembro de 2020. O questionário aplicado contemplou questões relacionadas ao funcionamento do estabelecimento (*delivery*; presencial ou ambos), recursos humanos (redução ou aumento da equipe), percentual de comercialização com o uso de *delivery* e a movimentação financeira, de maneira geral, durante a pandemia (aumentou; manteve; diminuiu). Os dados foram compilados em planilha *Excel* 2013 e os resultados foram expressos em gráficos com o percentual das respostas. Os resultados encontrados demonstram que 11,1% dos estabelecimentos não estão funcionando como *delivery* (trabalhando somente de modo presencial), 14,8% somente com *delivery* (ou ainda, retirada no local), 66,6% de ambas as formas e 7,4% se encontram com as atividades suspensas. Considerando os estabelecimentos que utilizam somente a modalidade de *delivery* e ambas as formas, os quais compõem 81,8% da amostra, estes afirmam que houve aumento na demanda por refeições. Quando questionados quanto à alteração no número de colaboradores, 32% disseram que reduziram pela metade e 12% dizem trabalhar com um terço dos colaboradores. Entretanto, acenando para a consolidação deste comércio por *delivery*, 44% disseram que mantiveram a equipe e 12% precisaram fazer novas contratações. Contudo, referente à movimentação

financeira, 48% dos entrevistados diminuíram suas movimentações, 16% mantiveram e 36% tiveram aumento na movimentação. Neste contexto é possível inferir que grande parte dos estabelecimentos, mesmo com reduções nos recursos humanos, conseguiram adaptar-se à tendência de atendimento por *delivery*. Tal modalidade, já existente no país, mas que em razão do distanciamento social foi consolidado, está permitindo aos estabelecimentos manterem suas atividades sustentando assim, a economia local no ramo dos serviços de alimentação.

Agradecimentos: FIEX-UFSM, PRE-UFSM.

Palavras-chave: *Delivery*; Serviços de alimentação; Covid-19; Pandemia.