

INFORMATIVO TÉCNICO

Programa de Logística Verde Brasil



O que é um aplicativo de transporte?

Realização: Fernanda de Miranda Maio e Maria Clara Assis da Silveira.

As atividades comerciais por meio eletrônico ganharam força com os avanços das tecnologias de sistema de informação e melhoria das redes de comunicação móveis e sem fio, resultando em um crescimento expressivo dos usuários de smartphone com acesso à internet. Essas evoluções formaram um cenário propício para o desenvolvimento do Omnichannel [1], tornando aplicativos de celulares os novos ambientes de oferta e demanda sendo esse um novo cenário de marketplaces [2].

Obter produtos, alimentos e serviços online é uma das expressões mais marcantes sobre como a sociedade vem se digitalizando. Em 1950, um modelo de entrega por meio de ligação mais parecido com o que temos atualmente surgiu nos Estados Unidos através de entregas de Pizza, em 1980 a entrega de alimento vira moda no Brasil e mais uma vez a entrega de pizza é protagonista no serviço de delivery [3], mas apenas no século 21 o este serviço torna-se parte essencial do e-commerce [4], assim, sociedade se adaptou ao novo modelo de compra que permite obter produtos por meio de plataformas digitais. Isto se deu pela promoção do bem-estar do usuário, que obtém o serviço ou produto sem precisar sair de casa, e ao ofertante do produto, que não necessita de um espaço físico para realizar a venda. Dessa forma, avança-se a criação dos aplicativos de transporte como uma opção de melhorar as questões de deslocamento urbano.

Houve, na última década, um crescimento significativo da atividade dos aplicativos de transporte no Brasil, seja no deslocamento de passageiros, seja na entrega de serviços ou produtos, com destaque para a entrega de comida - o chamado "delivery".

A criação de aplicativos de transporte tem um destaque maior com o advento da chamada “gig economy”, mais especificamente denominada de economia de plataforma, pois a conexão entre motoristas e clientes, que resulta num serviço tangível, ocorre por meio de plataformas digitais.

Nesse contexto, as plataformas de transporte mais utilizadas no Brasil atualmente são as seguintes:

- Uber
- 99
- InDrive
- Lalamove
- Ifood
- Rappi

As plataformas apresentadas acima atuam em diferentes frentes: transporte de pessoas, transporte de cargas e comida. Para os próximos Informativos Técnicos serão discutidos os cenários dos aplicativos de transporte, no mundo e particularmente no Brasil, pois é necessário entender o funcionamento e os impactos da utilização desses aplicativos no comportamento das cidades e da sociedade.

-
1. Omnichannel: Estratégia de integração de canais de comunicação entre os atores de demanda e oferta.
 2. Marketplaces: Endereço virtual em que se disponibilizam produtos de diversas marcas.
 3. Delivery: Atividade de entrega de produtos a partir do contato entre vendedor e comprador através de canal de comunicação.
 4. e-commerce: Comercialização de produtos online.

Bibliografia:

Castro-Schez, J. J., Miguel, R., Vallejo, D., & Herrera, V. (2010). A multi-agent architecture to support B2C e Marketplaces: the e-ZOCO case study. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 20(3), 255-275.

VISSER, j. G. S. N.; nemoto, t. E-commerce and the consequences for freight transport. In: *innovations in freight transport*. Publication of: wit press, 2003.

Fuentes, C., and Svingstedt, A. (2017). Mobile phones and the practice of shopping: A study of how young adults use smartphones to shop. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 137-146.

Heeks, Richard, *Decent Work and the Digital Gig Economy: A Developing Country Perspective on Employment Impacts and Standards in Online Outsourcing, Crowdwork, Etc* (August 2, 2017). Development Informatics Working Paper no. 71, 2017, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3431033> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3431033>.

