

## ECONOMIA COMPARTILHADA: GESTÃO DA QUALIDADE APLICADO A UMA EMPRESA DO RAMO DE *DELIVERY* DE COMIDA

*SHARED ECONOMY: QUALITY MANAGEMENT APPLIED TO A COMPANY OF THE FOOD DELIVERY BRANCH*

### *Renata Pizoni da Silva*

Especialista em Gerenciamento de Obras Tecnologia e Qualidade da Construção, Mestranda em Engenharia de Produção na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

Florianópolis, SC, Brasil

E-mail: [eng.renata.pizoni@gmail.com](mailto:eng.renata.pizoni@gmail.com)

### *Lúcia Ghizoni Pereira Silva*

Mestranda em Engenharia de Produção na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

Florianópolis, SC, Brasil

E-mail: [lughizoni@gmail.com](mailto:lughizoni@gmail.com)

### *Edson Pacheco Paladini*

Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina, Professor Titular na UFSC.

Florianópolis, SC, Brasil

E-mail: [edson.paladini@ufsc.br](mailto:edson.paladini@ufsc.br)

### RESUMO

O presente artigo aborda a gestão da qualidade aplicado a negócios de economia compartilhada. Este novo modelo de economia tem apresentado crescimento exponencial nos últimos anos e estudar o desenvolvimento deste fenômeno se mostra de grande relevância para compreender suas tendências. Para esta pesquisa, aplicou-se os 14 pontos para a gestão que descrevem o caminho para a qualidade total, proposto por Deming em 1990. O objetivo deste artigo é apresentar o TQM como ferramenta eficaz de gestão da qualidade para ambientes de Economia Compartilhada. Por meio de pesquisa descritiva com ponderações exploratórias, de natureza qualitativa e estudo de caso realizado em uma consagrada empresa do meio, buscou-se identificar a percepção dos usuários e parceiros quanto aos serviços oferecidos pela plataforma. Os resultados da pesquisa apontam a importância do emprego de ferramentas de gestão da qualidade no modelo de negócio estudado, na busca da dinamização e melhoria dos serviços oferecidos.

**Palavras-chave:** Economia. Economia colaborativa. Economia compartilhada. Gestão da qualidade. Gestão da qualidade total.

Data de submissão: 12 de julho de 2017.

### ABSTRACT

*This article addresses the quality management applied to shared economy businesses. This new model of economy has presented exponential growth in recent years and studying the development of this phenomenon is of great relevance to understand its trends. For this research, we applied the 14 points for management that describe the path to total quality proposed by Deming in 1990. The objective of this article is to present TQM as an effective quality management tool for Shared Economy environments. Through a descriptive research with exploratory weightings, of qualitative nature and case study carried out in a consecrated company of the environment, we sought to identify the perception of users and partners regarding the services offered by the platform. The research results point to the importance of the use of quality management tools in the business model studied, in the search for the dynamization and improvement of the services offered.*

**Keywords:** Economy. Collaborative economics. Shared economy. Quality management. Total quality management.

Data de aprovação: 5 de abril de 2018.

## INTRODUÇÃO

Com a crescente globalização e a difusão da internet, a preocupação com a responsabilidade social e ambiental tem crescido. Um dos questionamentos mais vistos tem sido sobre o “consumo exagerado x consumo sustentável”, pensamentos estes que incitaram o surgimento dos novos modelos de negócios, como a economia compartilhada e o consumo colaborativo.

A diferença entre os dois tipos de negócios é relativamente simples e diz respeito a existência da troca de valor monetário ou não. As negociações que envolvem pagamento em dinheiro são transações baseadas em negócio da economia compartilhada, como por exemplo, a utilização do aplicativo Uber. Já para transações que não envolvem pagamentos em dinheiro, como o empréstimo de um livro neste caso, são tratadas como consumo colaborativo.

Os modelos de negócios baseados na economia compartilhada cresceram exponencialmente nos últimos anos. Conforme Shirky (2008), os motivos para este avanço foram o desenvolvimento da tecnologia da comunicação e da informática, o que propiciou a criação de “links inteligentes” entre consumidores e prestadores de serviços, impulsionando o novo modelo de negócio. Segundo Bert e Brunete (2016), a previsão é que este mercado chegue a movimentar valores muito significativos nos próximos oito anos, cerca de US\$ 335 bilhões, um crescimento de mais de 2000% quando comparado à economia tradicional em suas principais categorias.

É diante desse cenário dinâmico, inovativo e de um mercado que tem primado cada vez mais pelo consumo sustentável é que a economia compartilhada tem se firmado. A nova geração de serviços prestados ou oferecidos por aplicativos ganhou espaço e se consolidou de vez como novo modelo de economia. Desta forma, constata-se que compreender os impactos desta nova tendência é de fundamental importância para a economia.

Reiterando a relevância deste mercado, o presente artigo apresenta um modelo de gestão da qualidade aplicado a uma empresa que atua em processos de economia compartilhada. A pesquisa se dá de maneira descritiva com ponderações exploratórias quanto aos seus objetivos e com abordagens qualitativas em uma consagrada empresa de *delivery* de comida a qual escolheu-se o nome fictício de “*Eating Food*”. O modelo tratado utilizou o suporte teórico da gestão da qualidade baseada na ferramenta de gestão TQM – *Total Quality Management* e propôs algumas melhorias no que tange o serviço prestado pela empresa, bem como alguns efeitos multiplicadores do negócio de maneira a melhorar os serviços oferecidos.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico neste trabalho corresponde à identificação de construções literárias significativas para a compreensão do problema e de pesquisas empíricas realizadas no Brasil e no exterior em relação a economia compartilhada, gestão da qualidade e TQM.

## O FENÔMENO DA ECONOMIA COMPARTILHADA

Diferentemente da tradicional economia capitalista, a economia compartilhada é baseada no compartilhamento de produtos ou serviços entre usuários dispostos a usufruir ou oferecer destes itens. Tanto recursos físicos quanto humanos fazem parte deste modelo de negócio colaborativo, tais como: veículos, alimentos, serviços, informações, moradias, tecnologias, entre outros. Pode-se citar como exemplo de empresas bem-sucedidas em processos de economia compartilhada o Uber, o Cabify e o 99 no setor de transportes, o Arbnb e o Trivago no setor de aluguéis e os aplicativos de *delivery* como o iFood e Pedidos Já.

A essência deste modelo de negócio não é nova, o escambo ou o compartilhamento de produtos ou serviços fazem parte da história humana. Qualquer pessoa já compartilhou ou emprestou um livro, o carro, açúcar ao vizinho etc. No entanto, este comportamento nunca afetou a economia, não havia escala e as operações se restringiam geralmente às pessoas próximas (MENDES e CEROY, 2015). O fato é que esse mercado tem se popularizado cada vez mais e estes acontecimentos acabaram atraindo clientes com novas exigências, incluindo a visão de sustentabilidade em suas necessidades.

O maior aliado no progresso da economia compartilhada neste cenário foi o desenvolvimento tecnológico, grande fomentador do consumo conectado. Viabilizou a interação entre o vendedor e o comprador, entre a pessoa disposta a oferecer e quem está disposto a utilizar o serviço, gerando assim as transações com caráter de economia compartilhada (BRUNETE e BERTI, 2016).

A economia compartilhada enquanto modelo de consumo alternativo, tem se disseminado cada vez mais e vem trazendo novas formas de consumo para produtos ou serviços que frequentemente ficavam ociosos ou eram subutilizados (MARIN, 2016). O modelo também possibilitou um novo sistema de negócio entre pessoas desconhecidas, fundamentado pela troca e pelo compartilhamento de itens e não pela sua propriedade de fato (SCHOR, 2016).

Para Bostman e Rogers (2009), a economia compartilhada atende três tipos de sistemas:

1. **Mercado de redistribuição** - quando um produto sai de um ambiente onde não é mais necessário para outro onde o será, no preceito de “reduza, reuse, recicle, repare e redistribua”;
2. **Lifestyles colaborativos** - fundamentado no compartilhamento de recursos como habilidade, tempo e dinheiro;
3. **Sistemas de produtos e serviços** - acontece quando o usuário paga pelo benefício do produto e não pelo produto em si, como por exemplo, pagar por um buraco na parede e não pela furadeira.

Ferreira et al. (2016) afirma que a previsão é que este mercado chegue a movimentar valores muito significativos nos próximos anos. Brunete e Berti (2016) corroboram com o citado por Ferreira et al (2016). Os autores apresentam a estimativa de crescimento para a economia compartilhada nos próximos anos quando comparado à economia tradicional. Para esta estimativa foram citadas as cinco principais categorias

da economia compartilhada, que são: **compartilhamento de automóveis, empréstimo e crowdfunding** (modalidade de investimento onde várias pessoas podem investir via internet pequenas quantias de dinheiro em um negócio, a fim de dar vida à ideia), **hospedagens e acomodações, serviços autônomos on-line e distribuição de vídeo e música.**

## GESTÃO DA QUALIDADE TOTAL

A ferramenta de gestão da qualidade utilizada nesta pesquisa tem como base os 14 pontos para a gestão que descrevem o caminho para a qualidade total proposto por Deming (1990), que trata de um conjunto de elementos relevantes desenvolvidos para que se atinja a satisfação do cliente.

Para Paladini (1995), a gestão da qualidade total está baseada em elementos estratégicos de qualidade, na qualidade a partir do processo e com processo direcionado ao mercado e dividida em etapas como eliminar as perdas e suas causas, através da eliminação de defeitos, pesquisa das suas causas, redução de erros e redução de custos, bem como otimizar o processo, por meio da produtividade, da adequação dos projetos aos processos, entre outros.

Paladini (1995), ainda cita um conjunto de quatro princípios básicos para a Qualidade Total, que são:

- Envolvimento - que trata do envolvimento de todos os elementos da organização no esforço pelo desempenho da qualidade, ninguém pode ser excluído do processo;
- Integração - entende-se que as ações do processo decorrem de um movimento integrado entre homens, equipamentos, materiais, métodos, informação e ambientes, através de atividades bem desenvolvidas como foco na melhoria contínua;
- Ênfase no cliente - direcionar todo o processo para atender as necessidades do consumidor;
- Contato permanente com o cliente - para direcionar o processo para o cliente, é necessário entender quais são as suas necessidades, através de canais e fluxos que tragam informações do mercado para a empresa.

Corroborando com o exposto acima, Marshall e Kiser (1994) reiteram que o TQM (*Total Quality Management*) ou Gestão da Qualidade Total abarca um enfoque grandioso nos clientes e no que eles desejam.

O conceito da TQM foi sendo desenvolvido e aprimorado por vários consultores em especial por Deming que se concentrou cada vez mais na TQM como cultura ou filosofia gerencial criando os “*Deming’s 14 Points*” e tornando-se referência universal para a prática da qualidade total. Abaixo se explana sucintamente a respeito dos 14 princípios, ainda conforme Marshall e Kiser (1994):

1. **Instituir como objetivo permanente o aprimoramento dos produtos e serviços** – ressalta que a qualidade em detrimento ao lucro deve ser o objetivo principal;
2. **Adotar a nova filosofia** – enfatiza a importância de compartilhar os objetivos entre todos da organização;
3. **Acabar com a dependência na inspeção em massa** – em síntese significa: qualidade não se acrescenta, deve ser construída desde o início;
4. **Acabar com a prática de fazer negócio baseado apenas no preço** - qualidade no contexto a longo prazo;

5. **Aprimorar constantemente e indefinidamente o sistema de produção** – buscar formas de melhorar a qualidade;
6. **Instituir treinamento** – treinamento significa também aprender a fazer o trabalho;
7. **Instituir liderança** – liderança significa projetar o sistema com base na TQM;
8. **Eliminar o medo** – qualidade exige que todos os colaboradores se sintam seguros;
9. **Romper as barreiras entre as áreas** – todos precisam entender que possuem o mesmo objetivo em comum;
10. **Eliminar slogans para a força de trabalho** – sem frases prontas de motivação aos trabalhadores, a ideia é que lhes ensinem o caminho certo a seguir;
11. **Eliminar cotas numéricas** – as costas estimulam as pessoas a ignorar a qualidade;
12. **Derrubar as barreiras ao orgulho pelo trabalho** – retirar o sistema de avaliação anual ou de concessão de méritos e projetar um sistema que permita que os colaboradores executem bem seu trabalho, sem forçar desempenho;
13. **Instituir um programa de educação e aperfeiçoamento** – aprender a trabalhar em equipe sustentando a cultura da TQM;
14. **Tomar atitudes para concretizar a transformação** – a qualidade depende de todos na organização, tanto na gerência quanto nos trabalhadores, tomar atitudes que resultam na cultura TQM.

Os quatorze pontos descritos são os princípios básicos da teoria operacional de gestão de Deming e compreende-se que a TQM só estará em operação quando esses elementos se tornarem parte da cultura da organização (MARSHALL e KISER, 1994).

## **MÉTODO**

Esta fase tem por finalidade apresentar a estrutura metodológica que utilizada durante as fases de desenvolvimento do artigo.

Uma metodologia bem definida é fundamental para a evolução do trabalho. A definição do tipo de abordagem da pesquisa deve garantir que o estudo seja direcionado de maneira válida, considerando critérios de aplicação ao uso dos conceitos envolvidos, conformação aos objetivos propostos, confiabilidade e validade (GIL, 2008).

Conforme Cervo, Bervian e Silva (2007), a pesquisa descritiva é utilizada para observar, registrar, analisar e correlacionar fatos e fenômenos variáveis, buscando estudar com maior precisão possível a frequência com que acontece, sua relação com outros fenômenos, sua natureza e características. Ainda conforme os autores, a pesquisa descritiva pode assumir muitas formas, como estudos descritivos, pesquisas de opinião, pesquisa documental e estudo de caso. A coleta de dados é uma tarefa característica deste tipo de pesquisa.

Já os estudos exploratórios permitem ao pesquisador desenvolver sua experiência sobre um determinado problema. O pesquisador parte de uma hipótese ou possibilidade e se aprofunda no estudo com base na realidade científica, buscando antecedentes para realizar a pesquisa descritiva (GIL, 2008). Segundo Andrade (2002), a pesquisa exploratória também é utilizada quando há pouco conhecimento sobre o tema a

ser abordado e pretende-se compreendê-lo com mais profundidade, assumindo forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso (GIL, 2008).

Com base nos autores citados, se esclarece que o presente estudo se trata de uma pesquisa do tipo descritiva e com considerações exploratórias quanto aos seus objetivos. No que tange a natureza da pesquisa, este trabalho se caracteriza como pesquisa aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos a solução de problemas, envolvendo verdades e interesses locais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, o projeto conta com duas etapas para o cumprimento dos seus objetivos: a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso. A revisão bibliográfica tem por objetivo embasar as temáticas abordadas (GIL, 2008) e o estudo de caso permite uma análise ampla da situação, gerando conhecimento mais apurado do processo (MIGUEL, 2011).

Com relação a forma de abordagem, a pesquisa fica caracterizada como qualitativa, ou seja, não mensurável. No que tange a coleta de dados, a mesma se deu por observação, ou seja, visão externa do funcionamento da empresa, pesquisas direcionadas dos autores e diversos usos do aplicativo de *delivery*.

Como ferramenta de gestão da qualidade utilizou-se o TQM – *Total Quality Management*. Entende-se que para uma completa ação da qualidade, o estudo deve propor sugestões de melhorias aos modelos de negócio, buscando o atendimento das necessidades de clientes e consumidores. Portanto, além de avaliar a qualidade, também se gerou um rol de melhorias com possibilidade de aplicação prática por empresas da mesma categoria de Economia Compartilhada da empresa estudada.

Com base nos resultados adquiridos com o estudo, outra extensão abordada se deu no desenvolvimento de sugestões do tipo efeitos multiplicadores do negócio, o que gera à empresa a possibilidade de ampliação do mercado, assim como sua sustentabilidade na área.

## SUPORTE PRÁTICO

Para o desenvolvimento do artigo foram abordadas características de uma empresa do ramo da Economia Compartilhada que atua no segmento de *delivery* de comida. Trata-se de um aplicativo que possibilita ao usuário fazer um pedido com apenas poucos cliques, inclui uma gama grande de parceiros conveniados e traz comodidade, economia e agilidade ao consumidor. Neste trabalho, a empresa será chamada ficticiamente de “*Eating Food*”.

## BREVE HISTÓRICO SOBRE A EMPRESA

O modelo de negócio do “*Eating Food*” surgiu da necessidade de uma maior facilidade na hora de fazer um pedido de comida em casa. Fundada em 2011, o “*Eating Food*” foi lançado para oferecer toda a estrutura de *delivery* a restaurantes que não possuem o serviço.

Mais do que simplesmente um catálogo de telefone, o “*Eating Food*” se tornou uma grande praça de alimentação virtual no conforto de casa. Um ano depois de seu lançamento vieram os aplicativos para Android e iOS e, com eles, o “boom”, a facilidade de fazer um pedido na palma da mão ajudou o negócio e os restaurantes parceiros a crescerem. Os parceiros são o coração do negócio. Quanto maior a gama de opções oferecidas no aplicativo, mais atrativo ao cliente o “*Eating Food*” se torna, e na outra via de ganho, um

restaurante desconhecido, por exemplo, pode garantir maior visibilidade com o uso da plataforma, podendo assim reduzir custos com marketing e publicidade.

A ideia que começou em São Paulo hoje atende diversos estados brasileiros. Atualmente o aplicativo é líder brasileiro no mercado de *delivery*.

### **“EATING FOOD” COMO ECONOMIA COMPARTILHADA**

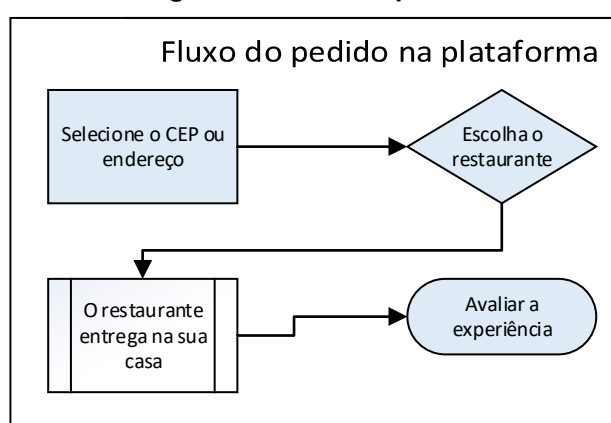
O “*Eating Food*” é uma plataforma de serviço *online* que faz a mediação de pedidos de comida com entrega à domicílio. Possui diversos restaurantes cadastrados, possibilitando uma carteira de produtos muito interessante e facilidade na busca, tudo com apenas alguns cliques: preço, localização, tempo de espera, dentre outros pontos. O processo de fazer um pedido é muito simples. Após selecionar o restaurante de sua preferência, todo o cardápio do local escolhido aparece listado e o cliente seleciona os produtos que deseja. Seleciona ainda o tipo de pagamento e aguarda a entrega do pedido realizado.

Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), o mercado de alimentação fora de casa fatura por ano 230 bilhões de reais. Com relação a esse grande mercado, oito bilhões de reais são referentes aos *deliveries*. Hoje, de acordo com dados fornecidos pela própria “*Eating Food*”, 3 milhões de pedidos são feitos todo mês com o auxílio da plataforma e o “*Eating Food*” proporciona a transação de R\$ 2 bilhões por ano nos caixas dos restaurantes parceiros. Com relação a contrapartida por parte das empresas parceiras, uma taxa de 12% é cobrada sobre cada transação realizada.

### **COMO FUNCIONA O APLICATIVO**

Em um primeiro contato com a plataforma se faz necessário um cadastro com alguns dados básicos. Após cadastro pronto já é possível navegar pelo site ou aplicativo e verificar as opções de restaurantes que aparecem, podendo navegar por proximidade, categorias, abertos, fechados ou promoções. Os restaurantes têm o seu cardápio exposto na plataforma, com preços e alguns com fotos, o que possibilita um breve comparativo entre os disponíveis. A figura 1 explicita um fluxograma do pedido dentro da plataforma.

**Figura 1 – Fluxo de pedido**



Fonte: Elaborada pelos autores

Como etapa final se dá a escolha da forma de pagamento, dinheiro, cartão, vale-refeição, a disponibilidade da opção fica a critério do restaurante parceiro. Alguns também oferecem a opção de pagamento *online*, ou seja, o cliente cadastra seu cartão de crédito e o pagamento é efetuado na própria plataforma, facilitando a entrega. A plataforma utiliza os *status* de “em preparo”, “pronto para envio”, “saiu para entrega” e “entregue” para que o consumidor possa acompanhar o pedido. Após a entrega do pedido, a plataforma disponibiliza uma opção de avaliação da experiência.

## LEVANTAMENTO DE DADOS NO QUE TANGE AS RECLAMAÇÕES DO APLICATIVO

Para gerar um alcance maior de avaliação e permitir uma percepção integral da plataforma, além dos pedidos realizados para compor o estudo de caso, procurou-se expandir a análise para a opinião de terceiros, dada especificamente pela conhecida plataforma de reclamações, denominada “Reclame Aqui”.

De acordo com as opiniões analisadas no site de reclamações, nos últimos meses 3709 reclamações foram postadas com relação a empresa “*Eating Food*”. Dentro desse site de reclamações a empresa “*Eating Food*” conta com uma taxa de 100% das reclamações respondidas, porém somente 75,1% obtiveram solução no problema exposto. Deste total de reclamações apenas 67,3% dos consumidores voltariam a realizar transações com a plataforma.

Com relação à natureza das reclamações, essas são relacionadas à problemas com pagamento, atraso na entrega, cobranças indevidas, problemas com a qualidade do produto e falta de atendimento do SAC.

É importante ressaltar que em geral para qualquer problema identificado pelo consumidor ou cliente em potencial, tanto a plataforma quanto o restaurante são lesados, independentemente do responsável de fato, por isso a interação entre as duas partes é muito importante.

## Melhorias e Efeitos Multiplicadores do Negócio

Com base nas diversas experiências com a plataforma, o levantamento das opiniões de terceiros e o suporte teórico abordado relacionado a Gestão da Qualidade Total, algumas sugestões de melhorias são feitas a fim de proporcionar maior qualidade ao serviço prestado pela plataforma que está inserida no mercado de economia compartilhada.

Com relação ao espaço para os usuários deixarem suas opiniões no “*Eating Food*”, sugere-se a geração de um controle de qualidade similar ao Uber com notas ao final do uso do serviço, onde notas baixas poderiam ocasionar consequências ruins aos estabelecimentos e possível exclusão da plataforma em casos recorrentes, forçando desta forma o aprimoramento e atendimento a satisfação dos clientes. Não agrega valor ao “*Eating Food*” ter como parceiro um restaurante que só obtêm notas baixas e reclamações sérias, já que em geral o usuário não reconhece até onde vai a responsabilidade do estabelecimento e o da plataforma. Esta sugestão de melhoria corrobora com o ponto 5 de Deming que trata da aprimoramento constante e indefinido do sistema de produção, buscando formas de melhorar a qualidade.



Percebeu-se que a falta da possibilidade de cancelamento é alvo de grandes críticas pelos usuários, por isso, sugere-se a inclusão de um mecanismo na plataforma para cancelamento, estipulando um prazo para que isso ocorra sem prejuízo ao consumidor ou com prejuízo mínimo, como por exemplo, para cancelamentos em até 2 minutos taxa de cancelamento é igual a zero, cancelamentos entre 2 e 5 minutos taxa de R\$ 10,00. Claramente o tempo para cancelamento não pode ser muito longo, tendo em vista que o consumidor quer agilidade na entrega e estes minutos interferem no início do preparo. Este passo tem ligação direta com o ponto 1 proposto por Deming que trata do permanente aprimoramento dos produtos e serviços.

Corroborando com o ponto 3 apresentado por Deming, onde se fala da qualidade constituída em todo o processo, outro efeito multiplicador proposto para o negócio é a sugestão para campanhas de fidelização de clientes. Propõem-se a inserção de vantagens aos usuários que utilizam a plataforma com frequência, podendo ser através de descontos em entregas, bonificações ou “cartão fidelidade”, exemplo: após “X” compras no mesmo parceiro “*Eating Food*” o cliente ganha um bônus extra. Tais ações proporcionam uma fidelização do usuário e podem ser feitas em conjunto entre plataforma e restaurante.

Expandindo o serviço prestado pela plataforma, tendo em vista que se trata do ramo de alimentos, também sugere-se ofertar além do *delivery* de comidas prontas, produtos de supermercado e mini mercados de maneira diferenciada ao que já se conhece. O cliente teria a possibilidade de adicionar a mesma sacola de compras itens de supermercados distintos, podendo estes serem indicados com base em uma distância entre estabelecimentos pré-estabelecida por exemplo, ou seja, uma única compra, uma única plataforma e mais de um supermercado atingindo. Pensando inclusive de maneira sustentável, indica-se que a entrega pode ser feita por um único veículo, onde este coletaria os itens comprados pelo consumidor nos supermercados em horário pré-definido. Fazendo um *link* para facilitar a visualização da proposta, seria como uma plataforma parecida ao “Buscapé”, porém com itens de supermercado.

O cliente realiza *login*, informa a localização e a plataforma indica os supermercados que fazem parte do programa e que ficam próximos ao usuário. O consumidor digitaria o item de busca em um campo específico e o produto apareceria com o preço dos supermercados indicados no início do procedimento. Desta forma o consumidor ganha economia, pois tem a possibilidade de escolher o produto de menor preço, ganha agilidade, pois neste caso extingue-se a necessidade de visitar mais de um site para realizar a compra e ainda tem a possibilidade de levar todos os itens necessários para casa, tendo em vista que não se encontra todos os produtos ou marcas em todos os supermercados, ou seja, o cliente ganha em diversidade de produtos. Desta forma, agrega-se novo valor à plataforma, atinge-se uma nova fatia de mercado e diversificam-se os serviços prestados pela empresa, além de abarcar outra necessidade do usuário, indo diretamente de encontro aos princípios da economia compartilhada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado, a aplicação da gestão da qualidade total em atividades da economia compartilhada pode gerar resultados positivos aos negócios. A gestão da qualidade total abarca aplicações em diversas áreas do negócio, indo da administração à produção, do atendimento ao cliente à sua satisfação e anseios.

Nesta perspectiva, a proposta de pesquisa buscou apresentar o TQM baseado nos 14 pontos de gestão para a qualidade total proposto por Deming (1990), como ferramenta eficiente de gestão da qualidade para uma empresa do ramo de *delivery* de comida. É importante ressaltar que a pesquisa se limitou em estudar apenas uma empresa do ramo, não havendo comparações com demais plataformas.

A partir da análise teórica e estudo de caso explorado, identificou-se os maiores pontos de reclamações dos usuários. Estes pontos serviram como base para gerar um rol de melhorias e também alguns efeitos multiplicadores do negócio. Desta forma, mais uma vez identificou-se a importância da gestão da qualidade nos negócios. Não basta produzir, para se sustentar no atual mercado altamente competitivo é preciso produzir com qualidade, seja um produto ou um serviço.

Os estudos em Economia Compartilhada ainda são recentes e o estudo desta temática com a gestão da qualidade se mostram pertinentes para o momento, dado a grande expansão deste mercado. Portanto, segure-se como estudos futuros a aplicação de ferramentas estatísticas da qualidade em modelos de negócios de Economia Compartilhada, bem como o estudo do comportamento atual das grandes empresas do ramo no que tange o gerenciamento da qualidade de seus serviços e produtos ofertados.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BOSTMAN, R.; ROGERS, R. What's mine is yours: the rise of collaborative consumption. 1 ed. New York: Harper Business, 2010.
- BRUNETE, C. B.; BERTI, E. V. Economia compartilhada e o confronto de ideais capitalistas. 16º Congresso Nacional de Iniciação Científica. 2016. Disponível em: <<http://conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000023574.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2017
- DEMING, W. E. Qualidade: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.
- FERREIRA, K. M. et al. Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura. XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III Inovarse - Responsabilidade Social Aplicada. Set/2016.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. S. Métodos de pesquisa. Apostila de EAD. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARIN, E. R. Economia compartilhada e o mercado segurador. Cadernos de Seguro. Edição nº 188, Jul/2016. p. 36-46.
- MARSHALL, I. J. Gestão da qualidade. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2003.
- MENDES, F.S.; CERROY, F.M. Economia compartilhada e a política nacional de mobilidade urbana: uma proposta de marco legal. Textos para Discussão 185 Senado Federal, 2015.
- MIGUEL, P. A. C. Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações. São Paulo: Campus, 2011.
- PALADINI, E. P. Gestão da qualidade no processo: a qualidade na produção de bens e serviços. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- SCHOR, J. Debating the sharing economy. Great transition initiative. 2014
- SHIRKY, C. Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.