

**Centro Universitário ETEP**  
**Camila Gabrielle de Araujo Leite**  
**Gleice David da Silva**  
**Kaue Denegri Motta**



**APLICAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO**  
**IFOOD: UMA ANÁLISE DA EFICIÊNCIA NA**  
**OTIMIZAÇÃO DE PEDIDOS**

**São José dos Campos**

**2025**

**Camila Gabrielle de Araujo Leite  
Gleice David da Silva  
Kaue Denegri Motta**

**APLICAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO  
IFOOD: UMA ANÁLISE DA EFICIÊNCIA NA  
OTIMIZAÇÃO DE PEDIDOS**

Trabalho de Graduação apresentado ao  
Centro Universitário ETEP, como parte dos  
requisitos necessários para a obtenção do  
título de Bacharel em Administração.

**São José dos Campos**

**2025**

## Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

### Divisão de Informação e Documentação

LEITE, Camila Gabrielle de Araújo  
SILVA, Gleice David  
MOTTA, Kaue Denegri  
Aplicação de inteligência Artificial no iFood: Uma Análise da Eficiência na Otimização de Pedidos.  
São José dos Campos, 2025.  
36f. (número total de folhas do TG)

Trabalho de Graduação – Curso Administração.  
Centro Universitário ETEP, 2025.  
Orientador Interno ou Principal: Aplicação de inteligência Artificial no iFood: Uma Análise da Eficiência na Otimização de Pedidos Prof. Espec. Andiará Vicente  
Orientador Externo ou Coorientador: Aplicação de inteligência Artificial no iFood: Uma Análise da Eficiência na Otimização e Nome do Coorientador.

1. Inteligência Artificial 1. 2. Tecnologia 2. 3. Inovação 3. 4. Otimização 4. 5 Análise de dados 5. I. Centro Universitário ETEP. Divisão de Informação e Documentação. II. Título

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

LEITE, Camila Gabrielle de Araújo. SILVA, Gleice David. MOTTA, Kaue Denegri. **Aplicação de Inteligência Artificial no iFood: Uma Análise da Eficiência na Otimização de Pedidos.** 2025. 36f. Trabalho de Graduação - Centro Universitário ETEP.

## CESSÃO DE DIREITOS

NOME(S) DO(S) AUTOR(ES): Camila Gabrielle de Araújo Leite, Gleice David da Silva e Kaue Denegri Motta

TÍTULO DO TRABALHO: Aplicação de Inteligência Artificial no iFood: Uma Análise da Eficiência na Otimização de Pedido

TIPO DO TRABALHO/ANO: Trabalho de Graduação/2025

É concedida ao Centro Universitário ETEP permissão para reproduzir cópias deste Trabalho e para emprestar ou vender cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte deste Trabalho pode ser reproduzida sem a autorização do autor.

---

Camila Gabrielle de Araújo Leite, Gleice David da Silva e Kaue Denegri Motta.  
Rua Waldomiro Nunes, São José dos Campos  
– SP.

**CAMILA GABRIELLE DE ARAUJO LEITE  
GLEICE DAVID DA SILVA  
KAUE DENEGRI MOTTA**

**APLICAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO  
IFOOD: UMA ANÁLISE DA EFICIÊNCIA NA  
OTIMIZAÇÃO DE PEDIDOS**

Trabalho de Graduação apresentado  
ao Centro Universitário ETEP, como  
parte dos requisitos necessários para  
a obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

---

**Professora Especialista Andiana Vicente – ETEP**

---

**Professora Dr. Suellen Patareli Miragaia - ETEP**

---

**Titulação, Nome do Componente da Banca - ETEP**

\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
**DATA DA APROVAÇÃO**

## **AGRADECIMENTOS**

Queremos expressar nossa profunda gratidão, primeiramente, a Deus, por nos conceder a vida, saúde e sabedoria para concluir este Trabalho de Conclusão de Curso. Acreditamos que essa jornada não teria sido possível sem a Sua bênção e proteção.

À nossa família, nosso mais sincero agradecimento pelo amor, apoio e incentivo incondicional. Vocês foram nossa base e nossa força durante todo esse processo. Sem o seu apoio, não teríamos chegado até aqui. Obrigado por acreditarem em nós e por nos motivarem a não desistir nos momentos mais desafiadores. Cada palavra de encorajamento e cada gesto de apoio foram fundamentais para que pudéssemos superar os obstáculos e alcançar nossos objetivos. A nós mesmos, pelo esforço e dedicação. Foi um processo difícil, mas valioso, e estamos orgulhosos de ter perseverado e não ter desistido. Cada desafio superado nos tornou mais fortes e mais determinados. Aos professores que nos acompanharam ao longo deste processo, nossa sincera gratidão. Vocês foram fundamentais para o nosso crescimento acadêmico e pessoal. Em especial, gostaríamos de agradecer aos professores Pedro Moraes e Priant, cujo acompanhamento e orientação foram essenciais para chegarmos até aqui. A dedicação e preocupação com nosso aprendizado demonstraram que vocês não apenas cumprem seu papel de professores, mas também se importam genuinamente com o crescimento de seus alunos. A todos que contribuíram direta ou indiretamente para a conclusão deste TCC, nosso sincero obrigado. Cada contribuição, por menor que tenha sido, foi valiosa e importante para nós. Este trabalho não é apenas um requisito acadêmico, mas também um marco importante na nossa jornada de aprendizado e crescimento.

Nossa reflexão final com a conclusão deste Trabalho de Conclusão de Curso é um momento de grande satisfação e realização. É o resultado de muito esforço, dedicação e perseverança. Esperamos que este trabalho possa contribuir para a comunidade acadêmica e para todos aqueles que buscam conhecimento e inspiração. Estamos ansiosos para aplicar o que aprendemos e continuar crescendo e evoluindo como profissionais e como pessoas.

## RESUMO

Esta pesquisa evidencia um estudo que analisa e investiga a eficiência nas operações do iFood após o investimento inovador para a aplicação da Inteligência Artificial (IA), com o objetivo de melhorar seus processos, atendimento ao público, entre outros. O estudo é desenvolvido através das abordagens de pesquisas biográficas e estudo de caso, baseando-se na análise de livros, artigos científicos, investigação detalhada sobre uma organização para compreender suas características. Mostra resultados que indicam que com a Inteligência Artificial é possível notar as mudanças que se significaram no setor e adaptaram-se ao mercado. Conclui que com a Inteligência Artificial é possível e comprovado que se pode alcançar grandes resultados, garantindo que cada passo com o cliente do iFood será personalizado e transparente. Com isso, comprova-se que a empresa iFood está sempre se adaptando ao novo e sempre buscando percorrer o caminho da inovação. Porém, sempre com comprometimento inabalável de focar em seus clientes e colaboradores e, como resultado, otimizar os processos e minimizar os erros manuais.

Palavras-chave: Inteligência artificial. Inovação digital. Tecnologia. Otimização. Análise de dados.

## ABSTRACT

This research presents a study that analyzes and investigates the efficiency of iFood's operations following its innovative investment in the application of Artificial Intelligence (AI), aiming to improve its processes, customer service, and other aspects. The study is developed through biographical research and case study approaches, based on the analysis of books, scientific articles, and a detailed investigation of the organization to understand its characteristics. The results indicate that, with the use of Artificial Intelligence, significant changes have occurred in the sector, allowing adaptation to the market. The study concludes that AI enables and proves the possibility of achieving remarkable results, ensuring that every step in the customer journey with iFood is personalized and transparent. It also demonstrates that iFood is continuously adapting to innovation while maintaining an unwavering commitment to its customers and collaborators, ultimately optimizing processes and minimizing manual errors.

Keywords: Artificial Intelligence. Digital Innovation. Technology. Optimization. Data Analysis.

## LISTA DE TABELAS

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1 – Sobre o GPS do iFood em rotas                     | 25 |
| Tabela 2 - Sobre o app do iFood ajudar a economizar tempo    | 25 |
| Tabela 3 - Sobre entregadores do iFood a aceitarem múltiplas | 26 |
| Tabela 4 - Entregadores do iFood referente a pedidos         | 27 |

## **LISTA DE FIGURAS**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Representação de inovação em São José dos Campos/SP | 17 |
| Figura 2 - Avaliação de pedido                                 | 29 |

## SUMÁRIO

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| LISTA DE FIGURAS                                              | 8  |
| SUMÁRIO                                                       | 9  |
| 1 INTRODUÇÃO                                                  | 11 |
| 1.1 PROBLEMA                                                  | 12 |
| 1.2 OBJETIVOS                                                 | 13 |
| 1.2.1 Objetivo Geral                                          | 13 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos                                   | 13 |
| 1.3 JUSTIFICATIVA                                             | 14 |
| 2 MÉTODOLOGIA                                                 | 16 |
| 2.1 Tipo de pesquisa                                          | 16 |
| 2.2 Área de realização                                        | 16 |
| 2.3 População e amostra                                       | 17 |
| 2.4 Instrumento (s)                                           | 17 |
| 2.5 Plano para coleta de dados                                | 18 |
| 2.6 Plano para análise de dados                               | 18 |
| 3 REVISÃO DA LITERATURA                                       | 19 |
| 3.1 IA - Sua transformação no ambiente empresarial            | 19 |
| 3.2 Aplicação da IA no Setor Logístico                        | 19 |
| 3.3 Startups, Inovação Aberta e Cultura Organizacional        | 20 |
| 3.4 O Caso do iFood: Inovação Tecnológica na Cadeia Logística | 20 |
| 3.5 Atendimento humanizado e IA colaborativa                  | 20 |
| 4 ANALISE RESULTADOS E DISCUSSÃO                              | 22 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS                                        | 30 |
| REFERÊNCIAS                                                   | 33 |
| APÊNDICE A – Perguntas realizadas aos entregadores do iFood   | 35 |
| ANEXO A - Print sobre nota do iFood                           | 36 |

## 1 INTRODUÇÃO

A pesquisa baseia-se na análise do aplicativo iFood, uma plataforma de delivery de comida online que permite aos usuários pedir comida com variedade e facilidade de restaurantes e estabelecimentos de alimentação em todo o Brasil. A plataforma foi fundada em 2011 e desde então tornou-se uma das maiores plataformas de delivery do mundo, em constante crescimento e se inovando constantemente.

A tecnologia tem avançado significativamente no mercado, tornando-se uma ferramenta cada vez mais importante no mundo dos negócios, transformando as empresas e redefinindo os caminhos para o sucesso. O iFood, uma das maiores plataformas de delivery do mundo, tem investido estrategicamente na tecnologia de Inteligência Artificial (IA) para inovar a relação com o consumidor e gerar eficiência em suas operações.

Com a intenção de melhorar a experiência do cliente, a IA tem sido utilizada para personalizar os processos, reduzir erros manuais e aumentar a velocidade das entregas. A implementação da IA no iFood tem proporcionado uma série de benefícios, incluindo a simplificação dos fluxos de trabalho, a redução de erros manuais e a melhoria da experiência do cliente.

Com a capacidade de analisar grandes volumes de dados, a IA pode identificar padrões e tendências, permitindo que a empresa ofereça soluções personalizadas para seus clientes. Além disso, a IA tem permitido que o iFood otimize suas operações, reduzindo os custos e melhorando a eficiência.

Diante desse contexto, esta pesquisa tem como propósito analisar onde e como o iFood aplica a Inteligência Artificial na otimização de suas entregas, especialmente na distribuição inteligente de pedidos. A proposta é compreender, de forma detalhada, como a IA é utilizada no cotidiano da empresa, contribuindo para a melhoria dos processos operacionais, o aumento da eficiência das rotinas dos colaboradores, a elevação do nível de satisfação dos clientes e, consequentemente, o crescimento da lucratividade por meio da agilidade no atendimento.

Para isso, o estudo será conduzido por meio de uma abordagem metodológica que combina estudo de caso, com foco na realidade operacional do iFood, e pesquisa de campo, a fim de exemplificar, na prática, os impactos e resultados obtidos com a implementação da Inteligência Artificial.

O objetivo principal desta pesquisa é demonstrar como a Inteligência Artificial (IA) contribuiu significativamente para os benefícios da empresa iFood e seus benefícios para os usuários.

## **1.1 PROBLEMA**

O aumento da competitividade no setor de delivery de alimentos tem exigido das empresas a constante revisão de seus processos, estratégias e recursos tecnológicos. Nesse cenário, o iFood identificou a necessidade de reavaliar suas operações, buscando entender quais áreas apresentavam maiores gargalos e como seria possível alcançar vantagem competitiva por inovação.

Durante essa reestruturação, a empresa identificou que diversos clientes manifestaram insatisfação com problemas logísticos, como atrasos nas entregas, dificuldades na tomada de decisão durante o processo de compra e preocupações com a confiabilidade e a segurança da plataforma. Esses fatores comprometem a experiência do usuário e exigiam respostas rápidas e eficazes da organização.

Diante desse contexto, o iFood passou a investir em soluções baseadas em Inteligência Artificial (IA), com destaque para a criação de chatbots inteligentes e sistemas de personalização com base no histórico do usuário. Tais ferramentas foram implementadas com o intuito de reduzir falhas operacionais, agilizar o atendimento e garantir uma experiência mais eficiente e aos usuários.

Nesse sentido, a presente pesquisa propõe-se a responder à seguinte questão-problema: Qual é o papel da inovação e da adaptação, por meio da Inteligência Artificial, na estratégia do iFood para otimizar suas operações e aprimorar o atendimento ao público?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo-chave desta pesquisa é demonstrar como a Inteligência Artificial (IA) contribuiu significativamente para os benefícios da empresa iFood. Especificamente, buscamos identificar os principais resultados obtidos com a implementação do chatbot e os benefícios decorrentes da análise de comportamento dos usuários dentro do aplicativo, que permite oferecer recomendações personalizadas e precisas. Além disso, investigaremos como a IA auxilia nas entregas realizadas pelos restaurantes parceiros.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

Iremos analisar depoimentos de clientes satisfeitos com o tempo de entrega de pedidos e entrevistas já realizadas por membros da empresa iFood onde se concentra melhorias e inovações, com o objetivo de identificar os avanços realizados relacionado com experiências de todos os colaboradores, clientes, entregadores e estabelecimentos, bem como os benefícios que o iFood obteve após a aquisição de tecnologias de inteligência artificial para melhorar seu posicionamento no setor.

Além disso, iremos identificar, por meio de abordagens de pesquisa biográficas, os modelos de novos serviços que estão disponíveis para clientes e que não existiam anteriormente, e analisar como é possível alcançar bons resultados no atendimento de milhares de usuários por dia, considerando a posição do iFood como uma das mais eficientes plataformas de delivery no mundo.

Através do posicionamento da empresa iFood no mercado e avaliações de clientes no aplicativo, iremos investigar os funcionamentos das automações, personalização no atendimento, prevenção à fraude e seus resultados, comparando-os com as expectativas. Também avaliamos o processo de incorporação e integração da inteligência artificial no iFood, incluindo seus

benefícios e resultados, como a redução de custos operacionais e a melhoria da experiência do usuário.

Focaremos em nossos entregadores em uma unidade específica, localizada em São José dos Campos/SP, aplicando um questionário com 5 perguntas a 20 entregadores da rede, visando coletar dados sobre suas experiências e percepções sobre a implementação da IA na plataforma.

### **1.3 JUSTIFICATIVA**

A pesquisa justifica-se pela relevância do tema na atualidade, uma vez que empresas que adotam a Inteligência Artificial têm alcançado melhorias expressivas em seus processos operacionais e resultados consistentes. Tal realidade reforça o papel estratégico da IA na transformação dos negócios e sustenta a pertinência de se investigar sua aplicação no contexto do iFood, em um mercado cada vez mais competitivo e orientado pela inovação.

A Inteligência Artificial (IA) tem se mostrado essencial na transformação tecnológica das organizações, ao possibilitar a criação de mecanismos, físicos ou digitais, que simulam a capacidade humana de pensar e tomar decisões. Esses sistemas são desenvolvidos para executar tarefas específicas anteriormente realizadas por seres humanos ou, ainda, para identificar soluções alternativas por meio da análise de grandes volumes de dados. Dessa forma, a IA configura-se como um diferencial estratégico para os negócios, contribuindo para a eficiência, a inovação, a otimização de processos e o aumento da agilidade operacional.

Embora os benefícios da IA sejam amplamente reconhecidos, sua implementação também envolve desafios relevantes. Para que essa tecnologia seja aplicada com sucesso, é necessário investir em infraestrutura tecnológica, formação de profissionais qualificados, além de assegurar a qualidade e a relevância dos dados utilizados. Também se torna fundamental promover uma mudança cultural nas organizações, de modo a favorecer a aceitação da inovação e garantir o uso ético e responsável da tecnologia.

No caso do iFood, a IA é utilizada para prever a demanda por pedidos em determinadas regiões e alocar os entregadores de maneira estratégica. A tecnologia permite ainda o cálculo de rotas otimizadas, considerando fatores como trânsito, clima e o volume de pedidos simultâneos, garantindo maior eficiência e previsibilidade nas entregas.

Como ressalta Taulli (2020), “na era moderna, a compreensão da IA e suas possibilidades para uma empresa é essencial para que se alcance crescimento e sucesso”. A citação evidencia a importância da inovação tecnológica como um caminho fundamental para o desenvolvimento das organizações, demonstrando que a adoção consciente da IA representa uma oportunidade de crescimento sustentável.

## **2 METODOLOGIA**

### **2.1 TIPO DE PESQUISA**

Esta pesquisa caracteriza-se como quantitativa e de natureza descritiva, com o objetivo de coletar e analisar dados que forneçam uma visão geral e detalhada sobre o fenômeno estudado. Conforme afirma Gil (2010), “a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno”.

A investigação teve como foco compreender quais estratégias o iFood utilizou para superar seus desafios operacionais, como a presença de processos manuais e limitações logísticas, além de analisar como a empresa se adaptou às inovações tecnológicas para consolidar-se como líder de mercado. O estudo buscou destacar os efeitos da Inteligência Artificial (IA) nas operações da empresa, com ênfase na otimização do tempo de entrega e na eficiência operacional.

De acordo com Davis (1989) a compreensão dos colaboradores sobre inovações tecnológicas é essencial para a implementação bem-sucedida da Inteligência Artificial, a concordância e aceitação do novo sistema impacta diretamente a sua eficácia e a melhoria da produtividade.

### **2.2 Área de realização**

A pesquisa foi realizada na cidade de São José dos Campos, interior do estado de São Paulo, considerada um importante polo tecnológico e industrial do país. O município abriga centros de inovação, universidades e empresas de base tecnológica, o que o torna um ambiente propício para estudos sobre avanços digitais e aplicação de novas tecnologias.



Figura 1: Representação de inovação em São José dos Campos/SP

Fonte: <https://mundogeo.com/2024/08/16/parque-de-inovacao-tecnologica-sao-jose-dos-campos-confirmado-na-spacebr-show-2025/>

A coleta de dados ocorreu em pontos de espera de entregadores parceiros do iFood, localizados em áreas estratégicas da cidade. Essa escolha foi feita devido à relevância do setor de entregas na região, que apresenta grande movimentação e presença significativa de profissionais atuando em plataformas digitais.

### 2.3 População e amostra

A amostra foi composta por 20 entregadores parceiros do iFood, selecionados de forma intencional, a fim de captar diversas percepções sobre os impactos da aplicação da Inteligência Artificial (IA) nas operações da plataforma. A seleção buscou refletir experiências distintas, permitindo uma análise mais ampla dos efeitos da tecnologia no cotidiano dos entregadores.

### 2.4 Instrumento(s)

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário estruturado, composto por cinco perguntas objetivas, aplicadas de forma online por meio da plataforma Google Forms. Essa ferramenta foi escolhida pela sua praticidade e eficiência na padronização e organização das respostas. O questionário abordou a percepção dos entregadores sobre o uso da Inteligência Artificial no aplicativo e seus reflexos na otimização do tempo de entrega. O questionário utilizado encontra-se no apêndice B.

Utilizamos também como fonte primária o site oficial do iFood, com o objetivo de descrever detalhadamente o processo de inovação da empresa. A

finalidade principal do estudo é proporcionar uma visão abrangente e avaliar as mudanças significativas que a Inteligência Artificial (IA) tem promovido no setor, com ênfase nas estratégias adotadas pelo iFood.

## **2.5 Plano para coleta de dados**

A coleta de dados foi realizada entre os dias 20 e 30 de abril, por meio da aplicação presencial dos questionários nos pontos de espera dos entregadores parceiros. A participação foi voluntária e respeitou os princípios éticos aplicáveis à pesquisa com seres humanos. As respostas foram registradas digitalmente e armazenadas para posterior análise.

## **2.6 Plano para análise de dados**

Os dados obtidos foram tabulados e analisados com base nos objetivos da pesquisa, sendo organizados em gráficos ilustrativos para facilitar a interpretação clara e objetiva dos resultados (ver Apêndice B). A análise buscou identificar padrões de percepção, impactos percebidos pelos entregadores e melhorias operacionais após a adoção da IA. Conforme Davis (1989), a compreensão e aceitação das inovações tecnológicas pelos colaboradores é essencial para o sucesso da implementação e para a melhoria da produtividade.

O alvo foi na análise das percepções e comportamentos observados antes e depois da aplicação da Inteligência Artificial (IA) na empresa. Descrevemos de forma detalhada os métodos utilizados, as dificuldades enfrentadas e os fenômenos que caracterizam a superação das barreiras para a inserção eficaz da IA. As transformações representaram um novo desafio organizacional, sendo a adaptação a elas considerada necessária para assegurar a competitividade e fomentar a inovação no setor. Nesta perspectiva diz Chiavenato (2004) "As mudanças nas organizações são inevitáveis diante das pressões do ambiente externo e interno. O comportamento humano, nesse contexto, é peça-chave para o sucesso".

### **3 REVISÃO DA LITERATURA**

#### **3.1 IA - Sua transformação no ambiente empresarial.**

O avanço da Inteligência Artificial (IA) tem promovido transformações significativas na forma como o trabalho é concebido, estruturado e executado. Embora existam preocupações legítimas sobre o impacto da automação sobre os empregos, autores como Barretos (2023) destacam que a IA não elimina postos de trabalho, mas os transfere. O autor utiliza o exemplo dos trens urbanos para demonstrar que funções como operadores foram substituídas por novos cargos técnicos, como programadores de sistemas e técnicos em automação. Segundo ele, o desemprego no Brasil, mesmo com o avanço da tecnologia, é inferior ao de décadas passadas, demonstrando a capacidade adaptativa do mercado.

Nesse contexto, Bloisi (2023) argumenta que a IA deve ser compreendida como uma ampliação das capacidades humanas. O autor defende o uso da tecnologia para automatizar tarefas repetitivas, permitindo que os profissionais se dediquem a funções mais analíticas e criativas. Entretanto, ele ressalta que essa transformação exige políticas eficazes de capacitação e educação continuada, criticando empresas que utilizam IA apenas para cortes de custos.

#### **3.2 A Aplicação da IA no Setor Logístico**

A aplicação da IA no setor logístico é outro exemplo relevante de transformação tecnológica. Martins (2023) apresenta o caso da robô ADA, criada para atuar como sistema de apoio logístico, otimizando rotas e reduzindo erros operacionais. Segundo o autor, apesar do uso intensivo da tecnologia, os entregadores ainda desempenham papel essencial, pois conhecem o ambiente urbano, tomam decisões rápidas diante de imprevistos e representam o elo humano com o consumidor. Assim, a IA atua como ferramenta complementar, e não como substituta.

Complementando essa visão, Montandon (2023) analisa a criação da ADA como fruto da colaboração entre startups e grandes empresas. Essa

parceria uniu criatividade e agilidade a recursos estruturais, possibilitando soluções inovadoras. O autor destaca também o impacto cultural dessas parcerias, que estimulam corporações tradicionais a adotarem práticas mais flexíveis e abertas à inovação.

### **3.3 Startups, Inovação Aberta e Cultura Organizacional**

De acordo com Rangel (2023), o ambiente de inovação exige diversidade de pensamento e disposição para riscos — características comuns em startups. O autor enfatiza que as parcerias entre empresas tradicionais e startups são essenciais para o desenvolvimento de soluções eficazes e adaptáveis às demandas do mercado. Além disso, esse modelo de colaboração promove uma renovação cultural nas organizações, incentivando ambientes mais criativos, horizontais e abertos a experimentações.

### **3.4 O Caso do iFood: Inovação Tecnológica na Cadeia Logística**

No setor de entregas e alimentação digital, o uso da IA também tem sido decisivo. Alvarez (2025) descreve como o iFood aplica inteligência artificial para processar pedidos, prever demandas e otimizar a cadeia logística. A IA aprende com os hábitos dos usuários e considera variáveis externas, como trânsito e clima, para melhorar a experiência do consumidor e a eficiência da operação.

Silva (2021) reforça essa perspectiva ao afirmar que o uso da IA deve estar centrado no usuário orientado à experiência. Para ele, a tecnologia deve simplificar o cotidiano, oferecendo soluções que otimizem desde o momento do pedido até a entrega.

Khosrowshahi (2023), CEO da Uber, também contribui para essa discussão ao afirmar que a IA deve fornecer mais autonomia aos trabalhadores. No caso da Uber, a tecnologia fornece dados em tempo real para motoristas e entregadores, otimizando decisões e possibilitando ganhos maiores com maior controle da própria jornada.

### **3.5 Atendimento Humanizado e IA Colaborativa**

Outra aplicação relevante da IA no contexto do iFood é o atendimento automatizado. Moreira (2023) apresenta o caso da chatbot Rosie, desenvolvida com o objetivo de lidar com grande volume de interações sem comprometer a humanização. Segundo o autor, Rosie foi projetada como uma persona empática, eficiente e colaborativa, que não substitui atendentes humanos, mas os auxilia ao assumir tarefas repetitivas. Dessa forma, os profissionais podem se dedicar a demandas mais estratégicas e especializadas.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A partir da análise dos processos da plataforma iFood, identificaram-se pontos estratégicos nos quais a Inteligência Artificial (IA) tem sido empregada com o objetivo de otimizar operações, elevar o desempenho das equipes operacionais, reduzir erros manuais e liberar tempo para atividades estratégicas e de interação humanizada com os usuários da plataforma.

Com o propósito de enfatizar essa perspectiva, a Inteligência Artificial tem a função de adequar sistemas automatizados para realizar tarefas de forma capaz e competente, promovendo a otimização de processos e tomada de decisões com base em dados, conforme apontam Russell e Norvig (2016).

Neste contexto observa-se que a aplicação da IA no iFood ocorre em diversas frentes operacionais. Entre os principais avanços, destaca-se a eficácia na previsão da demanda por pedidos e na otimização das entregas, resultando na melhoria dos tempos de resposta e no aumento da satisfação dos usuários. A IA é igualmente aplicada no rastreamento e na roteirização das entregas, permitindo a definição de rotas mais eficientes e, consequentemente, a redução no tempo de deslocamento.

No atendimento ao cliente, observam-se melhorias significativas com a implementação de chatbots e sistemas automatizados de resposta, os quais fornecem suporte rápido e personalizado às dúvidas e solicitações dos usuários. Além disso, a plataforma utiliza análises baseadas em grandes volumes de dados (Big Data) para identificar padrões de comportamento e tendências de consumo, o que contribui para o aprimoramento contínuo da experiência do cliente e da eficiência das operações.

Com a adoção dessas inovações, a empresa realizou investimentos significativos em tecnologias baseadas em IA, com o intuito de compreender melhor o comportamento dos consumidores e suas necessidades. Destaca-se, nesse contexto, a utilização de chatbots voltados ao acolhimento de clientes e ao esclarecimento de dúvidas frequentes, além da personalização do atendimento com base no histórico de uso da plataforma por cada usuário, o que

também influencia positivamente na logística da empresa. Paulo Bastos Tigre tem uma perspectiva onde as inovações tecnológicas são um fator chave para o aumento da competitividade e da eficiência operacional, sobretudo em mercados intensamente dinâmicos como o de plataformas digitais, afirma Tigre (2006).

Na área logística, a Inteligência Artificial proporcionou a criação de novos fluxos operacionais, modelos de decisão e árvores lógicas que, em muitos casos, apresentaram desempenho igual ou superior aos processos anteriormente adotados. Essa transformação teve como foco a experimentação ágil e a evolução contínua de métricas operacionais, promovendo um ciclo de desenvolvimento acelerado, orientado pelo aprendizado constante e pela inovação.

O sistema adotado pelo iFood faz uso da IA para prever e otimizar a demanda por pedidos em regiões específicas, ao mesmo tempo em que realiza o cálculo de rotas em tempo real, com vistas a otimizar a distribuição dos entregadores. Essa funcionalidade reduz significativamente o tempo de espera e assegura maior confiabilidade no serviço. Adicionalmente, o sistema é capaz de calcular rotas personalizadas, considerando variáveis como trânsito, condições climáticas e o volume simultâneo de pedidos, contribuindo para a eficiência e a agilidade das entregas realizadas por meio da plataforma.

Para chegar a uma análise eficiente, obtemos dados através da pesquisa de campo com 20 entregadores parceiros da plataforma iFood com perguntas sobre o aplicativo. Os resultados abaixo apontaram que:

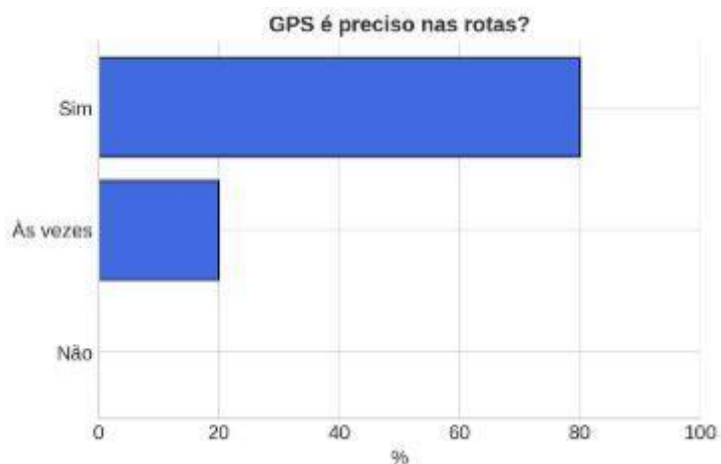


Tabela 1: Sobre o GPS do iFood em rotas

Fonte: Resposta obtidas através do google forms com entregadores do iFood

Dos entregadores entrevistados, 80% avaliaram o sistema de GPS do aplicativo como preciso, enquanto 20% afirmaram que o recurso funciona bem na maioria das vezes, embora ocasionalmente apresente pequenas falhas. Esse resultado evidencia um alto grau de confiabilidade do sistema de geolocalização utilizado pelo iFood, elemento essencial para o desempenho logístico da plataforma.

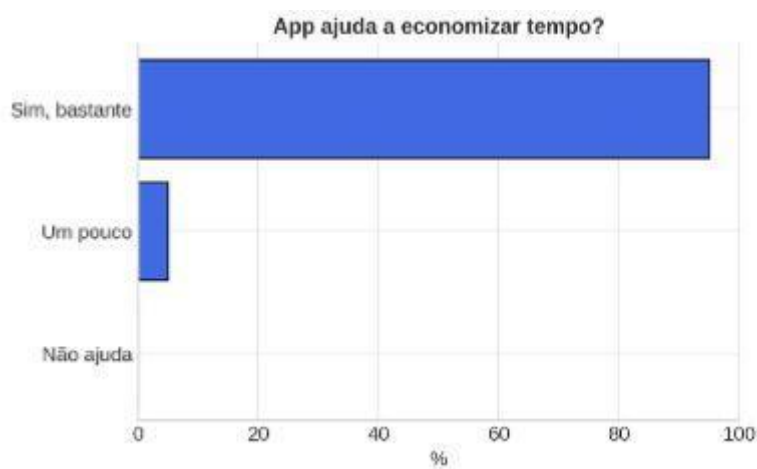


Tabela 2 - Sobre o app do iFood ajudar a economizar tempo

Fonte: Autores

A pesquisa revelou que 95% dos entregadores entrevistados consideram que o aplicativo iFood contribui de forma significativa para a economia de tempo durante as entregas. Esse resultado evidencia a eficiência dos recursos tecnológicos integrados à plataforma, como a otimização de rotas, a organização de múltiplas entregas e a automatização de processos operacionais.

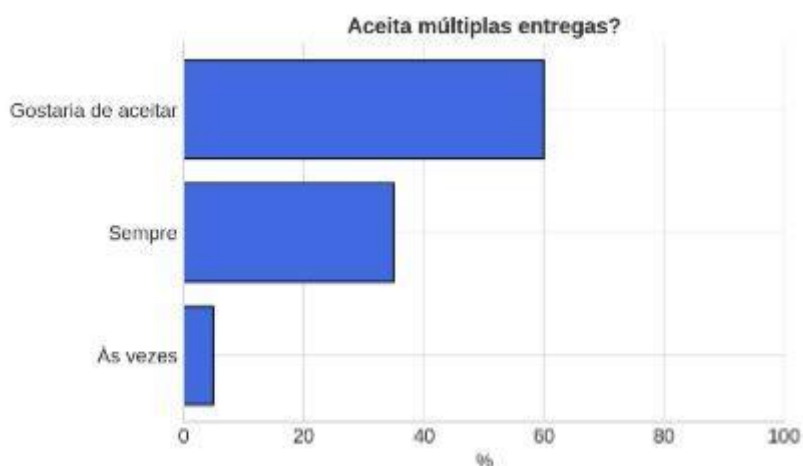


Tabela 3 - Sobre entregadores do iFood a aceitarem múltiplas entregas

Fonte: Autores

Observou-se que 60% dos entregadores entrevistados demonstraram interesse em aceitar múltiplas entregas simultaneamente, enquanto 35% afirmaram já realizar esse tipo de operação com frequência. Esse dado evidencia que há uma demanda expressiva por aprimoramentos na funcionalidade de entregas múltiplas, sinalizando oportunidades de otimização no sistema de alocação de pedidos.

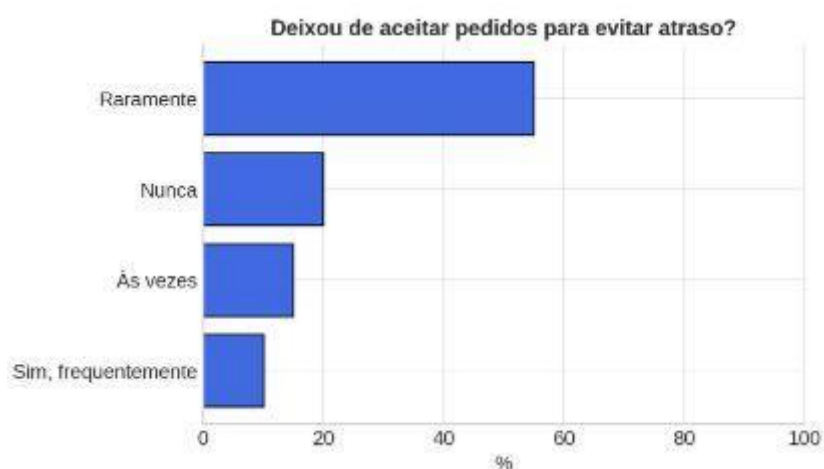


Tabela 4 - Entregadores do iFood referente a pedidos

Fonte: Autores

Verificou-se que 55% dos entregadores entrevistados afirmam recusar pedidos apenas raramente, geralmente por receio de atrasos na entrega. Apenas 10% relataram realizar recusas com frequência, o que indica que a maioria dos parceiros da plataforma busca manter um alto índice de aceitação de pedidos, mesmo diante de possíveis desafios logísticos.

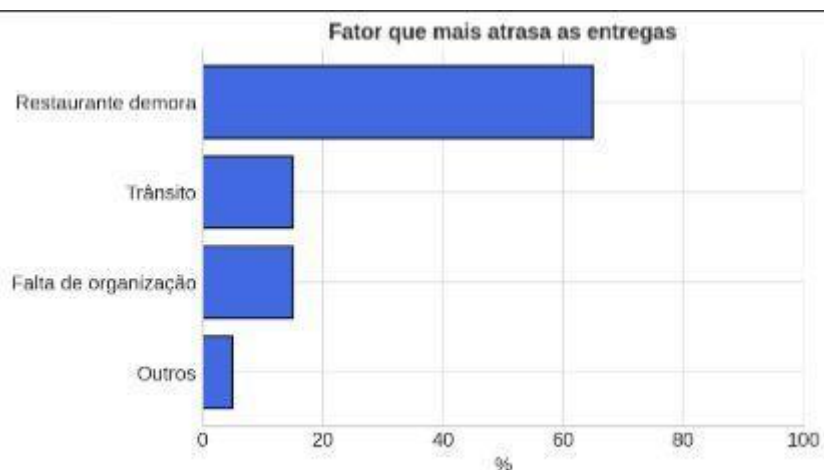


Tabela 5 - Fator sobre atraso nas entregas

Fonte: Autores

De acordo com os dados obtidos, 65% dos entregadores identificaram a demora no preparo dos pedidos pelos restaurantes como o principal fator responsável por comprometer a pontualidade das entregas. Esse dado evidencia que, embora a plataforma utilize Inteligência Artificial para otimizar rotas e processos logísticos, há gargalos operacionais externos ao sistema que impactam negativamente o desempenho da entrega.

Os dados apresentados nos gráficos demonstram que a utilização da Inteligência Artificial tem promovido melhorias significativas no desempenho operacional da plataforma iFood, resultando em experiências mais eficientes para os entregadores. No entanto, observa-se que as ações integradas aos restaurantes parceiros ainda apresentam limitações, especialmente no que se refere à pontualidade das entregas. A maioria dos atrasos está relacionada ao tempo de preparo dos pedidos nos estabelecimentos, indicando dificuldades desses parceiros em utilizar de forma plena as ferramentas tecnológicas disponibilizadas pela plataforma. Tal cenário evidencia a necessidade de maior integração entre o sistema da plataforma e os processos internos dos restaurantes, a fim de garantir maior sinergia e eficiência no ecossistema logístico como um todo.

Acrescentando a isso, após a utilização do aplicativo, os usuários têm à disposição uma ferramenta de avaliação que serve como um importante indicador tanto para futuros clientes quanto para a própria empresa. Essas avaliações, que podem ser positivas ou negativas, são fundamentais para a análise da experiência proporcionada aos usuários. Quando a organização recebe boas avaliações, a tendência é que sua posição no mercado se fortaleça cada vez mais, já que a reputação construída por meio desses feedbacks impacta diretamente na atração de novos clientes e na fidelização dos existentes. Além disso, a empresa pode utilizar esses dados como base para melhorias contínuas, ajustando seus processos e aprimorando a experiência do usuário, o que contribui para a sua competitividade no mercado. Veja abaixo a forma que todos os usuários podem realizar sua avaliação.



Figura 2 - Avaliação de pedido

Fonte: Imagem obtida através do aplicativo ifood

Conforme apresentado no Anexo A, o iFood obteve uma nota de 7.4, considerada uma avaliação positiva, em um site de feedbacks onde os clientes expõem suas insatisfações (RECLAMEAQUI, 2025). Este índice reflete a percepção geral dos consumidores sobre o serviço, evidenciando que, embora haja algumas críticas, a plataforma mantém uma avaliação bastante favorável por parte dos usuários.

Dessa forma, conclui-se que a adoção da IA pelo iFood tem sido eficaz na otimização dos processos, ao mesmo tempo que evidencia áreas que ainda requerem ajustes estratégicos para potencializar os resultados. Conclui-se que as funcionalidades do aplicativo incluem a busca por restaurantes, ou seja, os usuários podem buscar restaurantes por nome, localização, tipo de cozinha, preço e avaliação. Além disso, os usuários da plataforma podem fazer pedidos online e pagar com os meios de pagamento que desejarem.

Há também a funcionalidade de acompanhamento do pedido, onde os usuários podem monitorar o status de seus pedidos em tempo real, desde a confirmação até a entrega. No entanto, os restaurantes precisam habilitar essa

ferramenta em seus estabelecimentos para que ela esteja disponível.

Adicionalmente, o iFood oferece a funcionalidade de avaliação e revisão, onde os usuários podem avaliar e revisar tanto os restaurantes quanto os pedidos realizados. A possibilidade de avaliar produtos e serviços é considerada uma ferramenta estratégica no marketing digital, pois influencia diretamente a reputação da marca e a decisão de compra de outros usuários, reforça (KOTLER; KELLER, 2012).

Concluindo, as vantagens do iFood incluem a conveniência, pois a plataforma permite que seus usuários façam pedidos de qualquer lugar, a qualquer hora, sem precisar sair de casa ou do trabalho. A variedade também é uma grande vantagem, pois a plataforma oferece uma ampla gama de opções de restaurantes e tipos de cozinha. A facilidade de uso é outra característica importante, visto que a plataforma é intuitiva e permite que os usuários façam pedidos de forma rápida e segura.

Em termos de impacto, o iFood tem contribuído significativamente para o crescimento do mercado de delivery no Brasil e em outros países. A plataforma também se destaca pela inovação constante, oferecendo novas funcionalidades e melhorias para os usuários.

As parcerias do iFood com milhares de restaurantes e estabelecimentos de alimentação são outro ponto positivo, pois ampliam as opções disponíveis para os usuários. No entanto, o iFood enfrenta desafios, como a concorrência com outras plataformas de delivery, como Uber Eats e Rappi. A logística também representa um desafio, uma vez que a plataforma precisa garantir entregas rápidas e eficientes, além de lidar com a gestão de estoque. Por fim, a segurança é um aspecto crucial, já que a plataforma precisa garantir a proteção dos dados dos usuários e das transações de pagamento, o que é essencial para manter a confiança dos clientes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo explorou a Inteligência Artificial (IA), destacando sua capacidade de perceber condições e tomar decisões de forma autônoma para atingir objetivos específicos. A tecnologia absorve informações, deduz resultados e chega a conclusões práticas, buscando a assertividade tanto no atendimento aos consumidores quanto na gestão dos processos operacionais dos restaurantes. A análise identificou, por meio do investimento em IA, que a insatisfação dos clientes estava associada a problemas logísticos, como a demora na entrega de pedidos e dúvidas não resolvidas. A aplicação da Inteligência Artificial permitiu minimizar erros manuais e otimizar processos, melhorando, assim, a experiência do cliente e a eficiência operacional.

Após a implementação da IA nos processos diários, observou-se uma transformação significativa na visão operacional do iFood e em outros setores do mercado de trabalho, gerando soluções inovadoras e estratégicas com vastas possibilidades. A rápida adaptação dessa tecnologia tem revolucionado as habilidades dos colaboradores, além de melhorar o desenvolvimento da plataforma de serviços de entrega, contribuindo para a economia e aumentando a produtividade.

O estudo também diferenciou dois tipos de IA: a IA restrita, que é aplicada principalmente em computadores para realizar tarefas específicas sem a necessidade de programação prévia para cada ação, e a IA geral, mais personalizada, que possui a capacidade de aprender e executar diferentes tipos de tarefas de forma adaptativa. Para líderes e gestores, a implantação de IA representa uma necessidade constante de adaptação ao novo, em um cenário marcado por uma divisão digital e por barreiras do mundo real. As incertezas do mercado criam um ambiente desafiador, que exige uma abordagem equilibrada entre inovação e cautela.

Na economia atual, a utilização da IA facilita a tomada de decisão, otimizando tempo, melhorando a oferta de produtos e serviços, e buscando a redução de custos financeiros e a automatização de processos. Como resultado,

as empresas podem obter indicadores de desempenho mais favoráveis. Diante disso, conclui-se que a Inteligência Artificial é um recurso valioso para as empresas que buscam melhorar sua eficiência e produtividade, mas sua implementação eficaz requer uma visão clara dos objetivos e desafios envolvidos. Com a abordagem correta, a IA pode ser uma ferramenta essencial para aprimorar processos e fortalecer a tomada de decisão estratégica.

A Inteligência Artificial tem promovido uma verdadeira revolução no mercado de trabalho, criando novas oportunidades, mas também gerando desafios relacionados à automação de tarefas repetitivas. Isso pode resultar em perdas de empregos em certos setores, mas, por outro lado, abre caminho para a requalificação profissional e adaptação a novas demandas. O equilíbrio entre as oportunidades e desafios oferecidos pela IA é crucial para que profissionais e empresas se ajustem às mudanças do mercado de trabalho.

A implementação da IA, no entanto, envolve desafios significativos, como a escolha da tecnologia adequada em um mercado saturado de opções, a integração com sistemas legados e a gestão de dados e segurança. A coleta e o tratamento de grandes volumes de dados de alta qualidade são essenciais para testar e refinar os modelos de IA.

Os benefícios da IA para as empresas incluem a automação de tarefas, a otimização de processos, a melhoria da eficiência, a redução de custos e o aprimoramento do planejamento estratégico. A inovação, aliada a serviços personalizados, também é um dos principais ganhos para as empresas que adotam essa tecnologia.

O futuro da IA é promissor, com sua constante evolução e a adesão de empresas de diversos setores, como alimentação, saúde, educação e finanças. Espera-se que novas tendências e possibilidades surjam à medida que a tecnologia avança, permitindo que as empresas explorem ainda mais as oportunidades e enfrentem os desafios impostos pela IA.

Em conclusão, a Inteligência Artificial, quando aliada à inovação e à tecnologia, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento e na competitividade das empresas no cenário atual. Contudo, sua efetividade

depende de fatores como a infraestrutura tecnológica disponível, a capacitação dos colaboradores e o uso ético das ferramentas implementadas. É imprescindível que as organizações estejam abertas à transformação digital, promovendo um ambiente propício à inovação e investindo em treinamentos para garantir o uso estratégico e consciente da IA.

A adoção de sistemas baseados em IA deve ser acompanhada por uma gestão comprometida com a evolução contínua e com a responsabilidade social e organizacional. Somente por meio de uma postura proativa e planejada será possível alcançar melhores resultados, otimizar processos e proporcionar uma experiência mais eficaz tanto para os colaboradores quanto para os consumidores. Assim, a IA deixa de ser uma mera tendência tecnológica e passa a se consolidar como um diferencial competitivo indispensável para o sucesso e a sustentabilidade das empresas.

## REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Carlos. *O uso da Inteligência Artificial no iFood: personalização e logística inteligente*. São Paulo: iFood, 2025.

BARRETOS, Diego. *A Inteligência Artificial e o futuro do trabalho*. São Paulo: Editora Tecnologia Humana, 2023.

BLOISI, Antônio. *IA como impulso para o potencial humano*. São Paulo: Editora Inovação, 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. *Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IFOOD. *Relatório de Sustentabilidade 2022/2023*. São Paulo: iFood, 2023. Disponível em: <https://institucional.ifood.com.br>. Acesso em: [inserir data de acesso].

KHOSROWSHAHI, Dara. *IA para empoderar entregadores: uma nova abordagem*. São Paulo: Uber Tech Insights, 2023.

MARTINS, Rodrigo. *ADA e o futuro das entregas no iFood*. São Paulo: iFood Inovação, 2023.

MONTANDON, Crystian. *Inovação aberta e robô ADA: como startups estão revolucionando o delivery*. São Paulo: Revista Inovação Corporativa, 2023.

MOREIRA, Renan. *Rosie: o chatbot do iFood que humanizou o atendimento*. São Paulo: iFood, 2023.

RANGEL, Marcos. *Startups como catalisadoras de inovação nas grandes empresas*. Rio de Janeiro: Revista Empreende, 2023.

RUSSELL, Stuart; NORVIG, Peter. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. 3. ed. Pearson Education, 2016.

SILVA, Thiago. *Tecnologia a favor da experiência do usuário: o caso iFood*. Belo Horizonte: Editora Digital Delivery, 2021.

TAULLI, Tom. *Inteligência Artificial: guia para negócios e inovação*. São Paulo: Alta Books, 2020.

TIGRE, Paulo Bastos. *Gestão da Inovação: A Economia da Tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

IFood. Ifood aposta na inteligência artificial. 2023. Disponível em: < <https://institucional.ifood.com.br/inovacao/ifood-aposta-na-inteligencia-artificial/#:~:text=Para%20impulsionar%20compras%20em%20supermercados,de%20mensagens%20escritas%20por%20consumidores> >. Acesso em: 11 fevereiro 2025.

IFood. Inteligência artificial no delivery. 2024. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/inovacao/inteligencia-artificial-no-delivery/>>. Acesso em: 12 fevereiro 2025.

IFood. Inteligência artificial. 2021. Disponível em: <<https://institucional.ifood.com.br/inovacao/inteligencia-artificial/> >. Acesso em: 12 março 2025.

MUNDO DO MARKETING. Como o iFood usa inteligência artificial para personalizar ofertas e otimizar entregas. 2025. Disponível em: <<https://mundodomarketing.com.br/como-o-ifood-usa-inteligencia-artificial-para-personalizar-ofertas-e-otimizar-entregas#> >. Acesso em: 12 março 2025.

EXAME. Inteligência artificial: 8 livros que todo profissional de tecnologia deveria ter na estante. 2024. Disponível em: < <https://exame.com/hub-faculdade-exame/inteligencia-artificial-8-livros-que-todo-profissional-de-tecnologia-deveria-ter-na-estante/amp/> >. Acesso em: 12 março 2025.

**APÊNDICE A - PERGUNTAS REALIZADAS AOS ENTREGADORES DO  
IFOOD**

|                                                   |
|---------------------------------------------------|
| 1- GPS é preciso nas rotas?                       |
| <input type="checkbox"/> Sim                      |
| <input type="checkbox"/> Às vezes                 |
| <input type="checkbox"/> Não                      |
| 2- app ajuda a economizar tempo                   |
| <input type="checkbox"/> Sim, bastante            |
| <input type="checkbox"/> Um pouco                 |
| <input type="checkbox"/> Não ajuda                |
| 3- aceita múltiplas entregas ?                    |
| <input type="checkbox"/> Gostaria de aceitar      |
| <input type="checkbox"/> Sempre                   |
| <input type="checkbox"/> Às vezes                 |
| 4- deixou de aceitar pedidos para evitar atrasos? |
| <input type="checkbox"/> Raramente                |
| <input type="checkbox"/> Nunca                    |
| <input type="checkbox"/> Às vezes                 |
| <input type="checkbox"/> Sim, frequentemente      |
| 5- Fator que mais atrasa nas entregas?            |
| <input type="checkbox"/> Restaurante demora       |
| <input type="checkbox"/> Trânsito                 |
| <input type="checkbox"/> Falta de organização     |

( ) Outros

## ANEXO A - PRINT SOBRE NOTA DO IFOOD

**iFood**

Alimentos e Bebidas - Delivery + 2.3 milhões de visualizações

Bom Verificada

[Ver ofertas](#) [Reclamar](#)

[Sobre](#) [Reclamações](#) [Descontos](#)

### iFood é confiável?

Qual a reputação de iFood?

**Reputação BOM**

O consumidor avaliou o atendimento dessa empresa como BOM. A nota média nos últimos 6 meses é **7,4/10**.

ReclameAQUI pesquisa

reclameaqui.com.br