



DO BALCÃO À TELA: O DELIVERY VIA WHATSAPP COMO PROCESSO DE EDUCAÇÃO DE ADULTOS E LOGÍSTICA NÃO FORMAL EM PEQUENO COMÉRCIO

**Tamires Deus Santana¹ Mabli Nadjane Barbosa Barreto² Ediclaudio dos Santos Batista³
Lilian Souza Sales⁴ Marta Rosa Farias de Almeida Miranda Silva⁵**

¹ Estudante do Curso Técnico Profissionalizante Colégio Estadual Clériston Andrade em Logística.
a.tammysantana08@gmail.com.

² Mestra em Crítica Cultural UNEB, Professora efetiva no Colégio Estadual Clériston Andrade,
.barretomabli@gmail.com.

³ Mestrando no Programa de Pós-graduação Mestrado Profissional de Jovens e Adultos (PPGMPEJA) – UNEB, Professor Efetivo do Município e Sátiro Dias, Reda efetivo no Colégio Estadual Clériston Andrade, edy_sd@hotmail.com.

⁴ Professora e Gestora efetiva no Colégio Estadual Clériston Andrade.
liliam.sales@enova.educacao.ba.gov.br

⁵ Doutora em Educação, Professora do Programa de Pós-graduação Mestrado Profissional em Educação de Jovens e Adultos, UNEB, mmiranda@uneb.br.

EIXO TEMÁTICO 7: TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO NA EJA: PERSPECTIVAS TEÓRICO METODOLÓGICAS

RESUMO

Este trabalho, derivado de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Logística, possui uma relevância singular, pois alinha a formação acadêmica da pesquisadora em Logística à sua experiência prática como funcionária do Mercado Empório do Galego. Essa condição permitiu um acesso privilegiado e uma visão participante do processo de implementação do sistema de delivery via WhatsApp, garantindo uma coleta de dados rica e contextualizada. A pesquisa investiga a viabilidade e os impactos da implementação desse sistema em um pequeno comércio familiar localizado em Salvador-BA. Este estudo se insere no contexto da rápida popularização dos smartphones e da crescente demanda dos consumidores por conveniência e agilidade na "última milha". O principal problema de pesquisa buscou responder: Como os pequenos comércios, sem acesso a plataformas corporativas complexas, implantam e sustentam o delivery de forma viável e competitiva, frente aos desafios operacionais e às expectativas dos clientes? Adotando o Estudo de Caso de caráter qualitativo, descritivo e exploratório, a fundamentação teórica foi estruturada em três pilares principais. Primeiro, a Logística de Última Milha (BALLOU, 2006; BOWERSOX, 2012) forneceu o arcabouço para analisar o fluxo físico de bens no trecho final da cadeia de suprimentos. De acordo com KOTLER (2018), o Comércio Eletrônico contribuiu significativamente para o mapeamento e o desenvolvimento de novas estratégias de venda e canais de distribuição. Por fim, a Transformação Digital (ZUBOFF, 2019) permitiu compreender as novas dinâmicas de poder e a adaptação tecnológica forçada em contextos micro empresariais. O *lôcus* da pesquisa foi o Mercado Empório do



Galego, situado no bairro de Nazaré, Salvador, selecionado por representar um modelo típico de comércio de vizinhança que buscou a digitalização por necessidade e não por estratégia corporativa formal. Os dados foram coletados em duas frentes: através de entrevistas semiestruturadas com os dois gestores e três clientes, e complementadas por um diário de observações que registrou as interações e os fluxos de pedidos via WhatsApp. Em respeito aos protocolos éticos, todos os participantes foram identificados com nomes fictícios, sendo Mário e Agnaldo os gestores, e, Maria, João e Ana os clientes. Os resultados revelaram um achado central para a Logística de Última Milha em contextos micro empresariais: a viabilidade operacional foi alcançada por meio da criação intuitiva de uma "logística não formal". Esta modalidade é caracterizada pelo uso de métodos rudimentares de organização (como anotações simples e memória dos gestores) e o controle de estoque em tempo real baseado na confiança e no conhecimento tácito. Um dos grandes fatores de sucesso dessa logística é o domínio do território pelos entregadores, que utilizam ativamente o conhecimento local ("rotas de fuga" baseadas no domínio do bairro) para otimizar o tempo e contornarmos desafios de mobilidade e a complexidade viária de Salvador. Essa adaptação mostra que a competitividade não depende apenas de softwares sofisticados (BOWERSOX, 2012), mas sim da capacidade humana de improvisação e letramento geográfico. Contudo, o principal desafio operacional identificado reside na comunicação proativa e constante sobre o status dos pedidos, especialmente em horários de pico, impactando a satisfação dos clientes, que dependem da previsibilidade (KOTLER, 2018). Em uma análise mais profunda, em convergência com o Eixo Temático: Tecnologias da informação e da comunicação na Educação de Jovens e Adultos (EJA), o estudo conclui que a adaptação digital de pequenos comércios é, fundamentalmente, um processo de educação e capacitação de adultos. A implementação do serviço de delivery via WhatsApp se configura como um campo de prática real e diária onde gestores e clientes, muitos dos quais adultos e idosos, exercitam o letramento digital e o empreendedorismo em um ambiente prático e de alta relevância econômica. A necessidade de criar um catálogo digital no WhatsApp Business, negociar prazos, e compreender os protocolos de pagamento online exige o desenvolvimento de novas habilidades digitais (Zuboff, 2019). Este caso concreto reforça a relevância da educação profissional de adultos para a resiliência empresarial em um mercado cada vez mais digitalizado e para a construção de cidadãos mais autônomos. A pesquisa oferece insights valiosos sobre a realidade do delivery em contextos microempreendedores e não corporativos de Salvador, demonstrando a intersecção indispensável entre Logística, E-commerce e os processos de Educação de Jovens e Adultos na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Comércio de Vizinhança; Educação de Jovens e Adultos; Empreendedorismo; Letramento Digital; Logística de Última Milha.

REFERÊNCIAS

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M. Bixby. **Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.



KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Administração de Marketing**. 18. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância: A Luta por um Futuro Humano na Nova Fronteira do Poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.