

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE ESTUDOS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E ANÁLISE

João Vitor Damasceno Guerra

Economia compartilhada: serviços de entrega e mercado de trabalho

**MANAUS
2025**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE ESTUDOS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E ANÁLISE

João Vitor Damasceno Guerra

Economia compartilhada: serviços de entrega e mercado de trabalho

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Amazonas a fim de obter o título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Luiz Roberto Coelho Nascimento

**MANAUS
2025**

Ficha Catalográfica

Elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

- G934e Guerra, João Vitor Damasceno
Economia compartilhada: serviços de entrega e mercado de trabalho / João Vitor Damasceno Guerra. - 2025.
34 f. : il., p&b. ; 31 cm.
- Orientador(a): Luiz Roberto Coelho Nascimento.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal do Amazonas, Faculdade de Estudos Sociais, Curso de Ciências Econômicas, Manaus, 2025.
1. Economia compartilhada. 2. Plataformas digitais. 3. Oligopsônio. 4. Entregadores. I. Nascimento, Luiz Roberto Coelho. II. Universidade Federal do Amazonas. Faculdade de Estudos Sociais. Curso de Ciências Econômicas. III. Título
-

JOÃO VITOR DAMASCENO GUERRA

ECONOMIA COMPARTILHADA: SERVIÇOS DE ENTREGA E MERCADO DE TRABALHO

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Amazonas a fim de obter o título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 03/12/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Prof. Luiz Roberto Coelho Nascimento - UFAM
Orientador

Prof. Dr. Rogério da Cruz Gonçalves- UFAM
Avaliador

Prof. Dr. Sylvio Mário Puga Ferreira- UFAM
Avaliador

Resumo

O presente trabalho analisa a economia compartilhada aplicada ao setor de entregas de alimentos, com foco na estrutura de mercado e nas condições de trabalho dos entregadores em plataformas digitais. Com a expansão acelerada de empresas como iFood, Uber Eats, Rappi e 99Food, especialmente após a pandemia de COVID-19, consolidou-se no Brasil e no Amazonas um ambiente de forte concentração econômica. A partir de uma abordagem teórica baseada nos conceitos de monopólio e oligopólio, discute-se como as plataformas exercem poder significativo sobre preços, tarifas e condições de trabalho, influenciando diretamente a renda dos entregadores. A metodologia empregada combina análise qualitativa e quantitativa, valendo-se de observação direta dos aplicativos, coleta indireta de dados em um mercado marcado por assimetria informacional e relatos fornecidos pelos próprios entregadores. Para mensurar o nível de concentração, utilizaram-se o Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) e o Índice de Concentração das Quatro Maiores Firms (CR4), aplicados aos mercados nacional e manauara. O setor, operando em uma estrutura oligopólio que reduz o poder de barganha dos trabalhadores, impõe instabilidade à renda e intensifica a precarização laboral. Os achados reforçam a necessidade de maior transparência, regulação adequada e políticas públicas voltadas à proteção do trabalhador em plataformas digitais.

Palavras-chave: Economia compartilhada; plataformas digitais; oligopólio; HHI; CR4; entregadores; concentração de mercado.

Abstract

This study examines the sharing economy in the food delivery sector, focusing on market structure and working conditions for delivery workers on digital platforms. The rapid expansion of companies like iFood, Uber Eats, Rappi, and 99Food—accelerated post-COVID-19—has created high market concentration in Brazil and Amazonas. Drawing on monopsony and oligopsony theory, it analyzes how platforms wield significant power over prices, fees, and labor conditions, directly impacting workers' income. The methodology integrates qualitative and quantitative analysis, including direct app observation, indirect data collection amid information asymmetry, and worker reports. Market concentration is measured via Herfindahl-Hirschman Index (HHI) and Four-Firm Concentration Ratio (CR4) for national and Manaus markets. Findings reveal an oligopsonistic structure that erodes workers' bargaining power, fostering income instability and labor precarity. Results underscore the need for greater transparency, targeted regulation, and public policies to protect platform workers.

Keywords: Sharing economy; digital platforms; oligopsony; HHI; CR4; delivery workers; market concentration.

Sumário

RESUMO	4.
INTRODUÇÃO	8.
CAPÍTULO I – REFERENCIAL TEÓRICO	11.
1.1 Um novo modo de interação entre demanda e oferta	11.
1.2 Monopsônio e oligopsônio nas plataformas digitais e seus impactos sobre a concorrência e o mercado de trabalho	12.
1.3 Fundamentos Teóricos dos Indicadores de Concentração (HHI e CR4)	16.
CAPÍTULO II – METODOLOGIA DE ANÁLISE	17.
2.1 Relações qualitativas	17.
2.2 Os índices de concentração industrial	18.
2.3 Fontes de dados estatísticos	20.
CAPÍTULO III – RESULTADOS E ANÁLISES	22.
3.1 Estimativas de concentração de mercado de delivery no Brasil e no Amazonas	22.
3.2 Mercado de delivery e indicadores de concentração (HHI/CR4)	24.
3.3 O quadro da concentração de mercado em Manaus	26.
3.4 Análise comparativa	27.
3.5 Preços praticados pelas plataformas	28.
CONCLUSÃO	29.
REFERÊNCIAS	31.

Introdução

Nas últimas décadas, o avanço das tecnologias digitais transformou profundamente os processos de produção, consumo e organização do trabalho. Dentro desse contexto, emergiu a chamada economia compartilhada (sharing economy), caracterizada pela intermediação de plataformas digitais que conectam diretamente fornecedores e consumidores. Esta dinâmica, inicialmente vista como uma oportunidade de democratizar o acesso a recursos subutilizados, tem se consolidado como um modelo dominante em diversos setores da economia, mobilidade urbana, hospedagem e entrega de alimentos.

O Brasil tem acompanhado esse movimento que se dá de forma acelerada. A popularização do digital, a intensificação da urbanização e a expansão da conectividade digital foram fatores determinantes para a consolidação de empresas como Uber, Airbnb, iFood, Rappi e 99food no país. No setor de entregas de alimentos, em particular, o crescimento dessas plataformas redefiniu novas formas de demandar bens e serviços, assim como, as relações entre capital e trabalho. De acordo com Srnicek (2017), as plataformas digitais, em vez de promoverem uma descentralização do poder de mercado, reforçam a concentração econômica e o controle sobre o trabalho, configurando novas formas de monopólio na economia digital.

O ambiente regulatório com menos rigor, somado à lógica de expansão baseada em dados, escalabilidade e efeito de rede, permitiu que poucas empresas conquistassem grande fatia do mercado, influenciando unilateralmente os preços dos serviços e as condições de trabalho. Essa configuração de mercado, marcada pela concentração do poder de contratação em um pequeno grupo de empresas que também controlam o acesso aos consumidores, reflete características típicas de um oligopsônio — situação em que poucos agentes detêm poder de barganha sobre numerosos ofertantes de trabalho, limitando sua autonomia e capacidade de negociação.

Nessa estrutura, o poder de barganha dos trabalhadores é reduzido ao mínimo, e de forma que a precarização do trabalho se intensifica sob o disfarce da

"autonomia" do trabalhador. Neste cenário, o trabalhador autônomo enfrenta condições de trabalho instáveis, inseguras e contrato desfavorável.

A pandemia da COVID-19 no período de 2020-2022 acentuou esse cenário. Com o aumento da demanda por serviços de entrega e a restrição de mobilidade urbana, as plataformas digitais expandiram sua base de usuários e, ao mesmo tempo, absorveram milhares de novos trabalhadores que perderam empregos formais. Esse movimento gerou uma explosão do número de entregadores, ao passo que as condições de remuneração e proteção social não acompanharam esse crescimento. Estima-se que, em 2023, o Brasil tenha ultrapassado 1,5 milhão de pessoas atuando como entregadores ou motoristas de aplicativo, sendo que mais de 60% têm nessa atividade sua única fonte de renda (Amobitec, 2023).

Este estudo delimita-se ao setor de entregas de alimentos mediadas por plataformas digitais (delivery), com foco nas empresas iFood, Rappi, Uber Eats e 99Food. O recorte empírico concentra-se no estado do Amazonas, especialmente na cidade de Manaus, no período compreendido entre 2023 e o primeiro semestre de 2024. A análise contempla tanto a estrutura de mercado quanto as condições de trabalho dos entregadores, buscando compreender dinâmicas concorrenciais e efeitos socioeconômicos regionais.

Frente a este cenário, este trabalho tem como o objetivo principal de mensurar o nível de concentração de mercado das plataformas que operam na economia compartilhada voltada para entregas de bens alimentícios, com ênfase nas principais empresas atuantes no estado do Amazonas. No plano específico, os objetivos são:

(1) aplicar o Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) para identificar o grau de concentração do setor, e identificar a presença de monopólios e/ou oligopólios.

(2) calcular a taxa de concentração das quatro maiores firmas (CR4);

(3) inferir sobre o peso das tarifas praticadas pelas plataformas e estimar o número de entregadores cadastrados por empresa na região de Manaus.

Justifica-se a realização deste estudo porque, a economia compartilhada se consolidou como uma alternativa inovadora, não se dissociando das estruturas tradicionais de mercado e tampouco está imune às críticas da economia política. Na

prática, o discurso de inovação e flexibilidade esconde a imposição de formas de trabalho marcadas pela informalidade, ausência de direitos e insegurança de renda.

Diante desse contexto, formula-se o seguinte problema de pesquisa: Qual é o grau de concentração de mercado das plataformas de entrega de alimentos no Amazonas e como essa estrutura influencia as condições de trabalho dos entregadores?

Além desta introdução, o trabalho está estruturado da seguinte forma: o Capítulo I apresenta o referencial teórico sobre economia de plataforma, concentração de mercado e estruturas oligopsônicas. O Capítulo II descreve a metodologia adotada, detalhando os procedimentos qualitativos e os indicadores de concentração utilizados. O Capítulo III reúne os resultados e análises empíricas referentes ao mercado brasileiro e ao mercado amazonense. Por fim, as Considerações Finais sintetizam os achados, apresentam implicações e sugerem caminhos para pesquisas futuras.

Capítulo I

1. Referencial Teórico

1.1 - Um novo modo de interação entre demanda e oferta

A economia compartilhada, ou sharing economy, refere-se a modelos de negócio que promovem o compartilhamento de bens e serviços intermediados por plataformas digitais, conectando fornecedores e consumidores e possibilitando a monetização de ativos subutilizados, como automóveis, tempo e habilidades (BOTSMAN; ROGERS, 2010).

Seu avanço está ligado à segunda onda da revolução digital, nos anos 2000, marcada pela popularização da internet, pela Web 2.0, pela disseminação dos dispositivos móveis e pela cultura de acesso em lugar da propriedade. Esse contexto favoreceu o surgimento de plataformas como Airbnb, Uber e iFood, inicialmente vistas como alternativas inovadoras, eficientes e sustentáveis. Com o amadurecimento do setor de plataformas digitais, porém, surgiram críticas quanto aos seus efeitos econômicos e sociais.

Segundo Sundararajan (2016) e Srnicek (2017), a economia compartilhada transformou-se em uma economia de plataforma, na qual o capital e os dados concentram-se em grandes corporações. Longe de promover descentralização, o modelo reforça estruturas monopolistas e precariza o trabalho, pois os trabalhadores, embora formalmente autônomos, são controlados por algoritmos que determinam sua produtividade e remuneração.

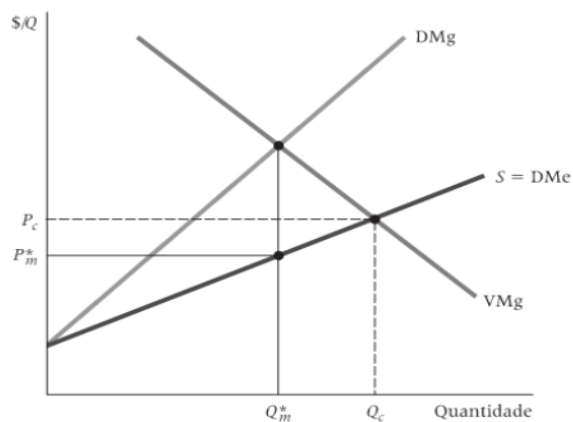
A concentração de poder de mercado decorre por conta do efeito de rede, típico dos mercados digitais: quanto maior a base de usuários, mais atrativa e dominante se torna a plataforma (KATZ; SHAPIRO, 1985). Soma-se a isso o poder informacional obtido pela coleta de dados e o uso de preços subsidiados no início das operações, prática que, financiada por venture capital, permite eliminar concorrentes e consolidar o modelo winner-takes-all, que reforça o domínio de poucas empresas sobre todo o setor.

1.2 – Monopsônio e Oligopsônio nas plataformas digitais e seus impactos sobre a concorrência e o mercado de trabalho

O Monopsônio é uma estrutura de mercado em que existe apenas um comprador (ou um comprador dominante) de determinado bem ou serviço, enquanto há muitos vendedores. Um exemplo tradicional é o de uma grande empresa que domina o mercado de trabalho de uma região: imagine uma cidade pequena onde só existe uma grande fábrica. Julga-se que essa unidade de produção tem uma grande influência no mercado de trabalho local, de modo que quase todos os trabalhadores da cidade dependem dessa fábrica para conseguir uma oportunidade de trabalho. Nesse caso, a fábrica é um monopsônio no mercado de trabalho, pois é a única compradora, em maior escala, da força de trabalho local.

Por óbvio, dado que se trata de uma só empresa no mercado, assim ela goza de poder de mercado. Neste caso particular, o poder do monopsônio se traduz na capacidade do comprador de influenciar o preço de uma mercadoria. Esse poder possibilita ao comprador adquirir a mercadoria pelo valor inferior ao preço que prevaleceria no mercado competitivo.

O gráfico de monopsônio é tipicamente usado para ilustrar o mercado de trabalho ou de insumos, e possui as seguintes curvas em um sistema de eixos com Quantidade (Q) no eixo horizontal e Preço/Salário ($\$/Q$) no eixo vertical (Pindyck e Rubinfeld, 2013).



- **Eixo Vertical (\$/Q):** representa o preço do bem ou o salário (no caso de mercado de trabalho). Particularmente, P_c (preço de concorrência perfeita) e P_m (preço de monopsonio).

- **Eixo Horizontal (Q):** representa a quantidade do bem ou a quantidade de trabalho comprada/contratada.

- **Curva de Oferta (S=DMe):** é a curva de oferta de mercado normal, positivamente inclinada (ascendente), mostrando que os vendedores (ou trabalhadores) estão dispostos a vender mais a preços/salários mais altos. Para o monopsonista, esta é a curva de custo médio (CMe).

- **Curva de Despesa Marginal (DMg ou CME):** esta curva está **acima** da curva de oferta e é mais íngreme. Ela mostra o custo adicional para o monopsonista ao comprar uma unidade extra do bem ou contratar um trabalhador extra. Em um monopsonio, a despesa marginal é maior que o custo médio (salário) porque, para atrair mais vendedores/trabalhadores, o monopsonista deve aumentar o preço/salário pago a todos, não apenas ao último contratado.

- **Curva de Demanda (D) ou Valor Marginal (VMg):** é a curva de demanda do comprador, negativamente inclinada (descendente). Ela representa o valor (ou a receita marginal do produto, no caso de trabalho) que o comprador obtém de uma unidade adicional do bem/trabalho.

O Monopsonista, por obvio, maximiza lucro. Portanto, o Ponto de Equilíbrio do Monopsonio ocorre quando:

- i. o monopsonista maximiza seu lucro contratando ou comprando a quantidade onde sua Despesa Marginal (DMg) se iguala ao Valor Marginal (VMg). Este é o ponto ótimo para o comprador.

- ii. a partir dessa quantidade ótima, o monopsonista olha para baixo, até a Curva de Oferta (S=DMe), para determinar o preço ou salário mínimo necessário para obter essa quantidade no mercado.

- iii. o resultado é uma quantidade comprada **menor** e um preço/salário pago **menor** do que ocorreria em um mercado competitivo.

Por fim, o gráfico mostra visualmente como o poder de mercado do único comprador resulta em preços mais baixos e quantidades menores em comparação

com um mercado competitivo, criando uma área de peso morto (ineficiência) na economia, semelhante ao monopólio.

No caso do Oligopsônio não se mostra tão diferente, ainda que se tenha duas ou mais empresas comprando ou contratando trabalho. Pois, as empresas atuando como se fosse oligopsonistas dispõem de algum poder de mercado. A literatura econômica alerta que mercados excessivamente concentrados geram ineficiências alocativas e reduzem o bem-estar coletivo. Blanchard e Johnson (2013) destacam que, em tais estruturas, há menos variedade de escolha, desestímulo à inovação e compressão dos salários. O caso das entregas de alimentos no Brasil — onde a empresa iFood detém a maior parcela do mercado — exemplifica como o domínio de uma única plataforma pode comprometer o equilíbrio concorrencial e as condições de trabalho na ponta da cadeia.

Nas regiões periféricas e no Amazonas, a concentração é ainda mais acentuada, dada a escassez de alternativas e a dependência logística das grandes plataformas. Essa configuração leva à formação de um oligopsônio na perspectiva do mercado de trabalho, em que poucas empresas concentram a demanda por trabalho oferecido por muitos agentes. Nessa estrutura, as plataformas determinam preços, prazos e condições de trabalho, reduzindo o poder de barganha dos entregadores (MANNING, 2003; KRUGMAN; WELLS, 2015).

Conforme Blanchard (2021), a predominância de estruturas oligopsônicas em qualquer atividade econômica leva a favorecer quem detém maior influência sobre o mercado relevante. No mercado de trabalho, não seria diferente. A existência de empresa com grande poder de mercado, e atuando num ambiente oligopsônico, ao demandar trabalho, naturalmente, compromete o equilíbrio entre oferta e demanda de trabalho, provocando baixos salários no momento da contratação, e por conta dessas distorções, gera-se o subemprego e queda na arrecadação fiscal. Novamente, enfatiza-se que o oligopsônio é a situação de mercado em que há um número pequeno de compradores de determinado produto em um determinado território. Algumas vezes confundido com oligopólio, dele se difere pois essa é a situação de mercado em que a oferta é controlada por pequeno número de vendedores.

A existência de oligopólios e oligopsônios são legais, mas a literatura jurídica do Brasil e do exterior é vasta ao descrever quão sensíveis se tornam os mercados dominados por poucos agentes, seja na compra ou na venda. O rito da perda de bem-estar de quem depende dessas estruturas é sempre o mesmo em todo o mundo. Como essas estruturas de mercado concentram relativo poder de mercado, seja na venda ou na compra, tendem mais cedo ou mais tarde se obrigarem a agir coordenadamente em detrimento dos agentes com menor poder de barganha numa relação econômica. Tais atuações fazem, por consequência, os já fortes ainda mais fortes, perpetuando a concentração econômica, as altas margens de lucro, o poder político, jurídico e social.

Quando aqueles que oferecem a força de trabalho a quem as compram, (Oligopsônio), Stefano (2016) acrescenta que, nesse modelo, o risco é transferido ao trabalhador, que permanece economicamente dependente da plataforma, porém sem proteção jurídica, configurando uma nova forma de subordinação invisível. Assim, compreender a dinâmica das plataformas digitais à luz da estrutura oligopsônica é essencial para diagnosticar a precarização sistêmica do trabalho de entregadores que marca a economia digital.

Uma análise empírica, por meio de indicadores como o Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) e o Índice de Concentração de Quatro Firms (CR4), de modo indireto, permite avaliar em que medida essas plataformas comprometem a livre concorrência e os direitos fundamentais do trabalho.

Por fim, no oligopsônio, poucas empresas concentram a demanda por trabalho ou insumos, exercendo poder de mercado sobre numerosos ofertantes. Essa configuração é típica das plataformas digitais de entrega, em que poucas firmas (como iFood, Rappi e Uber Eats) definem condições de pagamento e regras de operação para muitos trabalhadores. Blanchard (2021) e De Stefano (2016).

1.3 – Fundamentos Teóricos dos Indicadores de Concentração (HHI e CR4)

O Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) mede a concentração de mercado pela soma dos quadrados das participações de mercado das firmas, sendo amplamente utilizado por autoridades como CADE, DOJ e Comissão Europeia. Sua principal vantagem é capturar tanto o número de firmas quanto a distribuição do poder entre elas. Entre suas limitações, destaca-se a forte sensibilidade às participações individuais, especialmente em mercados digitais com plataformas dominantes.

O Índice de Concentração das Quatro Maiores Firmas (CR4) resume o poder das líderes do mercado ao somar suas participações. É um indicador simples, útil para mercados onde quatro plataformas concentram quase todo o setor, como no delivery brasileiro. Contudo, não distingue diferenças internas entre as quatro maiores e ignora concorrentes menores.

Esses indicadores são especialmente relevantes para mercados digitais caracterizados por efeitos de rede, lock-in e opacidade algorítmica, nos quais pequenas vantagens iniciais podem se traduzir em posição dominante.

Capítulo II

2. Metodologia de Análise

2.1 – Relações qualitativas

Este estudo adota uma linha não paramétrica para lidar com os dados levantados para dar resposta aos objetivos específicos. A proposta é mensurar o nível de concentração de mercado no setor de entregas (delivery) de alimentos com preparação rápida, mediadas por plataformas digitais. Trata-se de uma análise de corte transversal a partir de dados colhidos AmobitecMobills, Datafolha, Ipea, IBGE, Cebrap, etc.

O volume de pedidos endereçados as plataformas é uma variável relevante em um estudo de concorrência, especialmente em setores de alimentação, e-commerce, logística e aplicativos de entrega. A dita variável mede quantas entregas ou pedidos efetivamente realizados de uma empresa (ou conjunto de empresas) recebeu em determinado período. Essa quantidade reflete níveis de demanda, participação no mercado e desempenho competitivo.

Vale ressaltar, também, que a variável “pedidos” realizados mostra como os consumidores estão distribuindo sua preferência entre concorrentes. Ou seja, aumento de volume implica maior participação de mercado, vantagem competitiva, crescimento de base de clientes. Ao contrário a queda de volume se traduz em perda de mercado para a concorrência, insatisfação do consumidor, problemas de logística. Os dados, também podem expressas oscilações sazonais por conta de influência de datas, como feriados, finais de semana, assim como o clima.

Por fim, em analisar os dados do volume de pedidos, pode-se fazer as comparações entre os players com a intenção de identificar os líderes e seguidores no mercado de entrega.

A escolha pelo recorte geográfico do Amazonas justifica-se pela carência de estudos regionais que investiguem os impactos da concentração das plataformas digitais fora do eixo Sudeste-Sul. Ao observar o mercado manauara, o estudo contribui para uma compreensão mais abrangente do fenômeno em

contextos urbanos específicos, com desafios logísticos, econômicos e sociais próprios da região Norte.

2.2 – Os Índices de Concentração Industrial

A análise da concentração de mercado tem sido um instrumento tradicional da economia industrial e da política de defesa da concorrência. De acordo com Motta (2004), altos níveis de concentração indicam menor rivalidade entre empresas, o que pode gerar aumento de preços, redução da qualidade dos serviços e menor propensão a inovação. No contexto da economia digital, a concentração também pode comprometer a distribuição de renda e a autonomia dos trabalhadores.

Para fins de análise concorrencial, o mercado relevante foi definido conforme diretrizes do CADE, diferenciando mercado produto — serviços de entrega de alimentos via aplicativos — e mercado geográfico — Estado do Amazonas, com ênfase na região metropolitana de Manaus. Essa delimitação justifica-se pela baixa substituíbilidade entre serviços e pela especificidade logística regional.

A partir da literatura especializada, serão aplicados dois índices neste estudo. O Índice Herfindahl-Hirschman (HHI), conforme definido por Pindyck e Rubinfeld (2013) e adotado por órgãos de defesa da concorrência como o CADE (2016), mede o grau de concentração de mercado por meio da soma dos quadrados das participações de mercado das empresas do setor, expressa pela fórmula:

$$HHI = 10.000 \sum (S_i^2)$$

Onde, S_i , representa a participação de mercado da firma i , expressa em porcentagem. O HHI varia de 0 a 10.000. Valores abaixo de 1.500 indicam baixa concentração; entre 1.500 e 2.500 indicam concentração moderada; acima de 2.500 indicam alta concentração.

Índice de Concentração de Quatro Firmas (CR4): mede a soma das participações de mercado das quatro maiores empresas do setor. Um valor de CR4 superior a 60% indica alta concentração e poder de mercado significativo por parte das líderes do setor (PINDYCK; RUBINFELD, 2013; BRASIL, 2016). Assim, seja S_1, S_2, S_3 e S_4 as vendas ou as contratações de trabalho das quatro maiores empresas de uma indústria, e S_T as vendas totais de todas as empresas da indústria. A taxa de concentração 4 vem dada por (Baye, 2006):

$$C_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_T}$$

Igualmente, a taxa de concentração de quatro empresas é a soma das quotas de mercado das quatro primeiras empresas:

$$C_4 = w_1 + w_2 + w_3 + w_4$$

onde

$$w_1 = S_1/S_T$$

$$w_2 = S_2/S_T$$

$$w_3 = S_3/S_T$$

$$w_4 = S_4/S_T$$

Quando a indústria está composta por um número muito elevado de empresas, e cada uma é muito pequena, esta taxa se aproxima de zero. Quando quatro ou menos empresas fabricam toda a produção de uma indústria, a taxa é igual 1. Enfim, quanto mais essa taxa se aproxima de zero, menos concentrada estará a indústria; quanto mais se aproxima de 1, mais concentrada estará (Baye, 2006).

Com o intuito de inferir sobre o peso das tarifas praticadas pelas plataformas digitais de entrega, este estudo adota uma observação direta de mercado, coleta indireta de informações — procedimento comum em setores marcados por assimetria informacional — e consultas qualitativas realizadas com entregadores ativos. Dessa forma, o método integra duas frentes complementares: (i) observação sistemática dos valores exibidos nas plataformas na visão do entregador e (ii) relatos coletados diretamente com trabalhadores, que descrevem

a variação das tarifas. Tais dados permitem estimar, ainda que de forma indireta, como a estrutura oligopsônica das plataformas influencia a formação dos preços e a remuneração final dos entregadores.

2.3 Fontes de dados estatísticos

A aplicação desses dois indicadores permite uma visão ampla sobre o grau de concentração das plataformas de entrega e sua possível configuração como oligopólio ou oligopsônio, com impactos diretos sobre a estrutura concorrencial e a remuneração do trabalho. Para tanto, os dados a serem utilizados na construção dos indicadores serão obtidos por meio de fontes secundárias, com destaque para:

- i) Relatórios e estatísticas da Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia (Amobitec);
- ii) Estudos de mercado publicados por empresas como Mobills, Datafolha e Ipea;
- iii) Publicações na imprensa especializada (G1, Exame, Estadão, entre outros);
- iv) Dados governamentais e acadêmicos disponíveis em bases do IBGE, RAIS, Ministério do Trabalho, além de artigos científicos.

Este estudo se limita à análise das plataformas que operam com maior representatividade no setor de entregas de alimentos no Amazonas: iFood, Uber Eats, Rappi e 99food. Não serão consideradas plataformas menores com atuação marginal ou informal. Também não serão incluídos serviços de entrega próprios de restaurantes, tampouco cooperativas independentes de entregadores, cuja estrutura de operação é distinta.

Além disso, os dados coletados referem-se ao ano de 2023 e ao primeiro semestre de 2024. Como a dinâmica das plataformas digitais é altamente volátil, mudanças estruturais ou de mercado posteriores não estarão refletidas nos resultados desta análise.

A disponibilidade limitada de dados públicos por plataforma e a assimetria informacional característica do setor representam limitações metodológicas

relevantes. A ausência de séries temporais completas e de relatórios padronizados dificulta a comparação precisa entre plataformas. As estimativas devem, portanto, ser interpretadas com cautela, considerando a volatilidade de participação de mercado e eventuais vieses de sub ou superestimação.

Capítulo III

3. Resultados e Análises

3.1 Estimativas de concentração de mercado de delivery no Brasil e no Amazonas

De acordo com relatório da Amobitec e do Cebrap (2023), o setor de mobilidade e entregas por aplicativo reúne aproximadamente 2,2 milhões de motoristas e entregadores no Brasil, com predominância de plataformas como iFood, Uber, 99 e Rappi. Dados da Fundacentro e da UFBA (2023) apontam que, entre os entregadores entrevistados, 71% afirmaram trabalhar com o iFood, seguido por 43,2% com a Uber, 27,7% com a 99 e 18,1% com a Rappi, evidenciando a forte concentração de mercado nas principais plataformas atuantes no país.

Pesquisas recentes indicam que o contingente de trabalhadores em plataformas de transporte e delivery, no Brasil, é expressivo: o levantamento conjunto do Cebrap e da Amobitec apontam que cerca de 1,66 milhão de pessoas estão atuando por aplicativos, das quais aproximadamente 385,7 mil são entregadores (delivery) e, também, aproximadamente, 1,27 milhão são motoristas (transporte de passageiros). Esses estudos também registraram um crescimento de 18% no número de entregadores entre 2022 e 2024.

O quadro da distribuição da demanda de pedidos por plataformas, também, é muito interessante, uma vez que os dados disponíveis de acesso público por plataforma são assimétricos: o iFood divulga painéis e relatórios com informação detalhada sobre entregadores, enquanto outras plataformas publicam menos dados consolidados.

iFood é uma empresa de tecnologia voltada para intermediação de pedidos e entregas, atuando como um marketplace (mercado virtual) no setor de *delivery*. O portal de dados e releases do iFood indicam que, em 2023, a média de entregadores ativos na modalidade “nuvem” foi de 243,5 mil por mês, e a plataforma reportou um universo agregado de entregadores cadastrados que

chega a números da ordem de várias centenas de milhares (dados institucionais e releases).

Outras plataformas (Rappi, Uber/—Uber Eats, 99Food, Loggi, etc.) não dispõem de estatísticas para divulgação pública tão detalhada e uniforme quanto a do iFood. Isto implica que a empresa se preocupa com a credibilidade dos serviços que presta. Relatos de mercado e matérias copiladas, recentes, informam que a empresa Rappi e a empresa 99/DiDi vêm expandindo sua base e anunciando investimentos e metas agressivas de contratação/infraestrutura, de forma que o quadro competitivo tem mudado nos últimos anos (saídas, retornos e parcerias estratégicas). Contudo, números públicos e comparáveis por plataforma (ex.: entregadores ativos mensais por empresa) são fragmentados e, em muitos casos, as estimativas dependem de levantamentos setoriais ou de declarações institucionais das próprias empresas.

Por conta da opacidade relativa de algumas empresas e à dinâmica rápida do setor (entradas/saídas regionais, fusões/parcerias), o uso de fontes como relatórios da própria plataforma (quando disponíveis), estudos agregados (Cebrap/Amobitec) e reportagens econômicas são necessárias — porém produzem estimativas pouco confiáveis, gerando uma margem de incerteza sobre a distribuição exata do *market share* entre plataformas. Por exemplo, a participação da IFood no Brasil varia conforme a fonte a metodologia, mas os números indicam uma dominância muito alta. Observe o que mostram, conforme BRICS Competition (2025); Sensor Tower (2025):

- Uma fonte afirma que o IFood “detém mais de 80%” do mercado de entrega de refeições no Brasil.
- Segundo dados da Euromonitor Internacional, o IFood teria “mais de 70%” do mercado de refeições por entrega.
- Outro relatório indica que, em termos de usuários ativos de apps de entrega no Brasil (MAU) em 2024, o IFood chegou a cerca de 89% entre apps de comida.

Enfim, pode-se inferir que o iFood detém, em torno de 70% a mais de 80% de participação no mercado de entrega de comida no Brasil. Isto já caracteriza uma estrutura monopolística nesse segmento.

3.2 Mercado de *delivery* e os indicadores de concentração (HHI/CR4)

A forte participação do iFood — observada em painéis públicos e em reportagens setoriais — estimar o HHI e CR4 para o mercado nacional, espera-se índices elevados (alta concentração), com CR4 possivelmente acima do limiar de 60% quando a participação das 4 maiores plataformas for somada (iFood + Rappi + 99 + Uber/colaborações). Entretanto, calcular HHI/CR4 com precisão exige estimativas confiáveis de market share por plataforma em volume de pedidos ou faturamento, que nem sempre estão publicadas de forma consistente; por isso recomenda-se triangulação entre dados administrativos das plataformas (quando disponíveis), relatórios do setor (Amobitec/CEBRAP) e estudos de mercado independentes.

Com base nos dados disponíveis e em estimativas para plataformas com divulgação menos transparente, obteve-se a seguinte distribuição de entregadores ativos e número de entregas em 2023-2024:

Quadro 01 – Plataforma, entregadores e participação no mercado, no período 2023-2024

Plataforma	Entregadores (estimativa)	Participação (%)
iFood	243.500	68,5%
Rappi	60.000	16,9%
99Food	30.000	8,4%
Outras	22.000	6,2%
Total	355.500	100%

- HHI nacional = 5.086. Indica alta concentração do mercado e oligopolizado (acima de 2.500, limite usado por autoridades antitruste).

Por conta dessa concentração, há menor concentração de preços, de forma que as empresas dominantes podem aumentar preços acima do nível

competitivo, e o consumidor paga mais caros pelos serviços e tem menos opções. Nessas condições, com pouca pressão competitiva, as empresas não precisam inovar tanto. Além disso, corre o risco das empresas dominantes de recorrerem a estratégias predatórias (controle dos canais de distribuição) para impedir novos entrantes.

Empresas grandes com maior dominância de mercado tendem a influenciar regulações ou políticas públicas em benefícios da indústria, quando na presença de captura regulatória.

- CR4 nacional = 100%. As quatro maiores empresas da indústria concentram, absolutamente, todo o mercado.

Esse resultado diminui a concorrência nesse mercado. Pode-se imaginar que as quatro maiores podem coordenar tacitamente (sem combinar formalmente) preços, produção e estratégias. Isto pode dar estabilidade ao mercado, mas também menos competitivo. Outros resultados é que os líderes passam a ditar preços e controlar a oferta, de sorte que o consumidor perde poder escolha e enfrenta preços mais altos. Isto só não basta, mercados altamente concentrados podem desencadear o surgimento de fortes barreiras, por conta de economias de escala, controle de canais de distribuição e influência política tornam difícil a entrada de novas firmas no mercado.

Esses resultados confirmam que o setor de delivery no Brasil opera sob forte concentração, com destaque para a hegemonia do iFood. O Quadro 2 reúne dados (em milhões) estimado de entregas por plataforma no Brasil (2023–2024).

Quadro 2 – Plataforma, entregas (em milhares) e participação no mercado (%), no período 2023-2024.

Plataforma	Entregas em 2023	Entregas em 2024	Participação média (%)
iFood	900	1.050	78,90%
Rappi	120	135	10,10%
99Food	60	70	5,30%
Outras	60	76	5,70%
Total	1.140	1.331	100%

3.3 O quadro da concentração de mercado em Manaus

Embora o Polo Industrial de Manaus tenha um peso absoluto na economia regional, mas a cidade de Manaus é muito dependente do desempenho das economias mais desenvolvidas do país. Ou seja, não é uma economia que se desenvolve de forma autônoma, mas reflete os movimentos, interesses e dinâmicas de outras economias mais centrais. Pode-se dizer que se tem uma economia reflexa, ou seja, dependente.

Levando-se em conta esse quadro de dependência econômica, os Índices de Concentração da Indústria de Delivery, estimados para o mercado de Manaus reflete o que ocorre para todo o Brasil. O Quadro 03 retrata o comportamento de três empresa que operam no mercado de Delivery.

Quadro 03 – Plataforma, entregadores e participação (%), no período 2023 – 2024

Plataforma	Entregadores	Participação (%)
iFood	12.000	72,7%
Uber Eats	3.000	18,2%
Rappi	1.500	9,1%
Total	16.500	100%

Novamente, a empresa IFood detém a parcela de 72,7 do mercado, seguida pelas empresas Uber Eats e Rappi, em menor escala. Os Índices de Concentração HHI e CR4 são muito altos. Isto reflete a força de mercado que tem a IFood. A análise feita para o Brasil na seção 3.2, acima, também, se aplica para esta seção, de forma que evita as redundâncias.

- HHI Amazonas = 5.702. Concentração ainda mais elevada que a média nacional.

- CR4 Amazonas = 100%. O mercado está integralmente controlado por três plataformas.

Quadro 4 – Plataforma, Número estimado de entregas por plataforma no Amazonas e participação (%) no período de 2023–2024

Plataforma	Entregas em 2023	Entregas em 2024	Participação média (%)
iFood	44.000	47.400	74,25%
Uber Eats	8.200	8.600	13,65%
Rappi	4.600	4.800	7,64%
Outras	2.600	2.900	4,47%
Total	59.400	63.700	100%

3.4 Análise comparativa

1. **Domínio do iFood:** tanto em nível nacional quanto regional, a empresa concentra mais de dois terços dos entregadores ativos. No Amazonas, sua participação chega a quase 75%, acima da média nacional.
2. **Mercado regional mais concentrado:** o HHI mais alto em Manaus mostra que a ausência de concorrentes significativos reforça a dependência local em relação ao iFood.
3. **Efeitos de oligopsônio e oligopsônio:**
 - O iFood, como principal comprador de trabalho (entregadores) e controlador da oferta de serviços, exemplifica a estrutura de oligopsônio descrita anteriormente.
 - No caso do Amazonas, a combinação de mercado pequeno, barreiras logísticas e menor presença de concorrentes agrava esse efeito, consolidando uma situação próxima ao oligopsônio.
4. **Implicações:** salários e remuneração por entrega tendem a ser rigidamente definidos pela plataforma dominante; os entregadores locais ficam com reduzido poder de barganha; e a dinâmica regional amplia desigualdades já observadas em escala nacional.

3.5 Preços praticados pelas plataformas

Conforme o procedimento metodológico descrito anteriormente, os preços e tarifas pagos pelos aplicativos aos entregadores podem ser levantados por meio da exploração da própria plataforma sob a perspectiva do trabalhador. A coleta direta realizada com entregadores reforçou os resultados dessas observações, indicando que os valores exibidos aos prestadores podem oscilar de forma frequente, variando aproximadamente entre 7% e 10%. (fonte: entregador iFood).

A combinação entre observação de mercado, dados indiretos e relatos de campo — conforme estabelecido na metodologia — evidencia que tais variações não são aleatórias, mas refletem o controle algorítmico e o poder de mercado das plataformas na definição dos preços e repasses, resultando em ajustes constantes que afetam diretamente a previsibilidade e a renda dos entregadores.

Política pública e regulação: diante de uma configuração oligopsônica, políticas que aumentem transparência (dados padronizados sobre remuneração e entregadores), facilitem organização coletiva ou imponham requisitos mínimos de proteção social (contribuição previdenciária, mecanismos de seguro, pontos de apoio) podem mitigar as externalidades negativas observadas. Ferramentas de concorrência (análise de fusões, monitoramento de práticas anticompetitivas) também são essenciais para evitar que efeitos de rede e capital subsidiado perpetuem posições dominantes sem contrapartida social.

Em síntese, o panorama nacional confirma a presença de um contingente relevante de entregadores e indica fortes sinais de concentração — com o iFood ocupando posição dominante em termos de entregadores ativos e volume de pedidos disponibilizados em painéis institucionais. No entanto, a heterogeneidade e a opacidade dos dados por plataforma (em especial para Rappi, Uber/uber eats e 99Food/Loggi em determinados períodos e regiões) constituem uma limitação importante para estimativas por empresa e para a precisão dos índices HHI/CR4.

Considerações Finais

A análise desenvolvida ao longo deste trabalho evidencia que a economia compartilhada, embora frequentemente apresentada como sinônimo de inovação e liberdade econômica, opera no setor de entregas de alimentos sob uma lógica de alta concentração de mercado e controle assimétrico do trabalho. Os resultados obtidos por meio dos índices HHI e CR4 confirmam que poucas plataformas, especialmente o iFood, detêm quase todo o mercado tanto no Brasil quanto no Amazonas, caracterizando uma estrutura típica de oligopsônio, na qual muitos trabalhadores dependem de um número reduzido de compradores de sua força de trabalho.

Os resultados obtidos apontam para elevados níveis de concentração. O HHI nacional estimado (≈ 5.086) e o HHI amazonense (≈ 5.702) classificam o setor como altamente concentrado segundo os critérios do CADE e do DOJ. O CR4 igual a 100% tanto no Brasil quanto no Amazonas confirma o domínio absoluto das quatro maiores plataformas, especialmente do iFood.

Essa configuração reforça os problemas discutidos no referencial teórico: redução da concorrência, compressão salarial, diminuição do poder de barganha dos trabalhadores e acentuação da precarização. A assimetria informacional e o controle algorítmico intensificam tais efeitos, pois permitem que as plataformas definam preços, repasses e regras operacionais sem transparência e sujeitas a variações constantes. A oscilação de 7% a 10% nas tarifas observadas e relatadas por entregadores confirma empiricamente essa instabilidade imposta pelo setor.

Observou-se que, em um mercado altamente concentrado, políticas internas das plataformas têm impacto direto e imediato sobre milhares de trabalhadores, principalmente em regiões periféricas e logisticamente vulneráveis, como o Amazonas. A dependência estrutural do mercado manauara amplifica os efeitos do oligopsônio: poucas plataformas exercem poder quase absoluto sobre remuneração, disponibilidade de corridas e organização do trabalho.

Diante desse cenário, torna-se evidente que a regulação pública é imprescindível. Políticas de transparência, mecanismos de proteção social, limites

ao poder algorítmico e estímulo à concorrência são fundamentais para promover um mercado equilibrado e condições mais seguras e previsíveis aos trabalhadores.

Entre as limitações deste estudo destacam-se a ausência de dados completos e transparentes fornecidos pelas plataformas, a dependência de estimativas indiretas e a impossibilidade de reconstruir séries temporais. Essas restrições podem impactar a precisão absoluta dos indicadores, embora não comprometam a tendência geral de concentração observada.

Pesquisas futuras podem explorar séries históricas de preços e participações de mercado, análises comparativas entre estados brasileiros, estudos longitudinais sobre renda de entregadores e avaliações de sensibilidade concorrencial envolvendo simulações de entrada de novos agentes.

Em suma, este estudo demonstra que, embora as plataformas digitais tenham revolucionado os serviços de entrega, sua atuação sem contrapesos regulatórios consolida desigualdades e fragiliza direitos trabalhistas, exigindo atenção imediata do poder público e da sociedade.

Referências bibliográficas

ABÍLIO, Ludmila Costhek. *Uberização: a era do trabalhador just-in-time?* Estudos Avançados, v. 34, n. 98, p. 111–126, 2020. DOI: 10.1590/s0103-4014.2020.3498.00.

ACOSTA, Emerson Trindade; RUPPENTHAL, Melani. *Uberização do trabalho*. 2019. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jornal/uberizacao-do-trabalho/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

AMOBITEC; CEBRAP. *Mobilidade urbana e logística de entregas*. São Paulo: Cebrap, 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-empendedor/brasil-tem-16-milhao-de-trabalhadores-por-app-diz-pesquisa/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

AMOBITEC; CEBRAP. *Panorama da mobilidade e entregas no Norte*. São Paulo: Amobitec, 2023.

ANTUNES, Ricardo. *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. São Paulo: Boitempo, 2020.

BAYE, Michael. *Economía de empresa*. 4. ed. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 2006.

BLANCHARD, Olivier. *Macroeconomia*. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2021.

BLANCHARD, Olivier; JOHNSON, David R. *Macroeconomics*. 6. ed. Pearson, 2013.

BRAGA, Ruy. *A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista*. São Paulo: Boitempo, 2017.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. *Guia para análise de atos de concentração horizontal*. Brasília: CADE, 2016.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 15. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

CEBRAP; AMOBITEC. *Ganhos e autonomia em aplicativos de mobilidade e delivery*. São Paulo: Cebrap, 2023. Disponível em:

<https://institucional.ifood.com.br/estudos-e-pesquisas/ganhos-autonomia-aplicativos/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

CEBRAP; AMOBITEC. *Mobilidade urbana e logística de entregas: um panorama sobre o trabalho de motoristas e entregadores por aplicativos (01/05/2021–30/04/2022)*. São Paulo: Cebrap/Amobitec, 2023. Disponível em:

https://amobitec.org/wp-content/uploads/2023/04/Pesquisa-Cebrap_Amobitec_Pocket-Report-final.pdf. Acesso em: 4 nov. 2025.

DE STEFANO, Valerio. *The Rise of the “Just-in-Time Workforce”: On-Demand Work, Crowdsourcing, and Labor Protection in the “Gig-Economy”*. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, v. 37, 2016.

E-COMMERCE BRASIL. *Delivery cresce no Brasil com 380 mil estabelecimentos cadastrados no iFood em 2024*. 2024. Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/delivery-cresce-no-brasil-com-380-mil-estabelecimentos-cadastrados-no-ifood-em-2024/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

FUNDACENTRO; UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. *Caminhos do trabalho: motoristas e entregadores por aplicativo*. Relatório final, 2023. Disponível em:

<https://www.gov.br/fundacentro/pt-br/comunicacao/noticias/noticias/2023/agosto/fundacentro-e-ufba-celebram-acordo-para-mapear-adoecimento-ocupacional/relatorio-caminhos-do-trabalho-2023-entregadores-e-motoristas-final.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2025.

G1 AMAZONAS. *iFood domina entregas em Manaus, com mais de 70% das corridas*. 2024.

IFOOD. *Portal de dados e releases institucionais*. São Paulo: iFood, 2023–2024. Disponível em: <https://institucional.ifood.com.br/releases/ifood-lanca-portal-de->

[dados-que-compartilha-informacoes-ineditas-sobre-entregadores/](#). Acesso em: 4 nov. 2025.

ISTOÉ DINHEIRO. *iFood revela números de 2024: 760 mil entregadores e R\$ 43 milhões em gorjetas*. 22 jan. 2025. Disponível em:

<https://istoedinheiro.com.br/ifood-revela-numeros-de-2024-760-mil-entregadores-e-r-43-milhoes-em-gorjetas/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

KATZ, Michael; SHAPIRO, Carl. *Network externalities, competition, and compatibility*. American Economic Review, v. 75, n. 3, p. 424–440, 1985.

KRUGMAN, Paul; WELLS, Robin. *Introdução à economia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

MANNING, Alan. *Monopsony in motion: imperfect competition in labor markets*. Princeton: Princeton University Press, 2003.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. *Microeconomia*. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

POCHMANN, Márcio. *A terceirização e a uberização do trabalho no Brasil*. Blog da Boitempo, 24 ago. 2016. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

RIFKIN, Jeremy. *A sociedade do custo marginal zero: a Internet das Coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo*. São Paulo: M. Books, 2016.

ŞAHIN, Gözde. *An important part of sharing economy: the Uber case*. ResearchGate, 2020. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/349870501>. Acesso em: 4 nov. 2025.

SRNICEK, Nick. *Capitalismo de plataforma: a ascensão da economia digital*. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.

SRNICEK, Nick. *Capitalismo de plataforma*. Trad. Juliana Sayuri. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

TOCANTINS, Leonardo Tchelzoff. *A facilitação do dumping social no direito do trabalho mediante a reforma trabalhista*. 2018. Disponível em: <http://repositorio.cesupa.br/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

UOL ECONOMIA. *iFood lança portal de dados e diz que entregadores trabalham 31,1 horas mensais pelo app*. 19 set. 2024. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2024/09/19/ifood-lanca-portal-de-dados-e-diz-que-entregadores-trabalham-311-horas-mensais-pelo-app.htm>. Acesso em: 4 nov. 2025.

UOL ECONOMIA. *Meituan empolga setor e entregadores ao prometer rivalizar com iFood*. 13 maio 2025. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2025/05/13/meituan-empolga-setor-e-entregadores-ao-prometer-rivalizar-com-ifood.amp.htm>. Acesso em: 24 set. 2025.

UOL NOTÍCIAS. *iFood anuncia mudanças, mas representantes de entregadores criticam*. 21 jun. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2025/06/21/ifood-anuncia-mudancas-mas-representantes-de-entregadores-criticam.htm>. Acesso em: 4 nov. 2025.

PODER360. *Brasil tem 1,6 milhão de trabalhadores por app, diz pesquisa*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-empendedor/brasil-tem-16-milhao-de-trabalhadores-por-app-diz-pesquisa/>. Acesso em: 4 nov. 2025.