



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE TECNOLOGIA  
CURSO DE ENGENHARIA DE ALIMENTOS

LUANA CLEMENTINO SANTOS

**INFLUÊNCIA DA COVID-19 NA PERCEPÇÃO E NO COMPORTAMENTO DO  
CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM JOÃO PESSOA - PB**

JOÃO PESSOA

2021

LUANA CLEMENTINO SANTOS

**INFLUÊNCIA DA COVID-19 NA PERCEPÇÃO E NO COMPORTAMENTO DO  
CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM JOÃO PESSOA - PB**

Trabalho de Conclusão de Curso que apresentado à Coordenação do Curso de Engenharia de Alimentos do Centro de Tecnologia da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Engenheiro de Alimentos.

Orientador (a): Prof. Dr. Anoar Abbas El Aouar

João Pessoa

2021

LUANA CLEMENTINO SANTOS

**INFLUÊNCIA DA COVID-19 NA PERCEPÇÃO E NO COMPORTAMENTO DO  
CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO EM JOÃO PESSOA - PB**

Trabalho de Conclusão de Curso que apresentado à Coordenação do Curso de Engenharia de Alimentos do Centro de Tecnologia da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Engenheiro de Alimentos.

Aprovado em: 12/07/2021

BANCA EXAMINADORA



---

Prof. Dr. Anoar Abbas El Aouar

DEA/CT/UFPB



---

Profa. Dra. Stela de Lourdes Ribeiro de Mendonça

DEA/CT/UFPB



---

Profa. Msª Aline Amaral Leal Barbosa

DEP/CT/UFPB

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S237i Santos, Luana Clementino.

Influência da Covid-19 na percepção e no comportamento do consumidor de serviços de alimentação em João Pessoa - PB / Luana Clementino Santos. - João Pessoa, 2021. 60 f.

Orientação: Anoar Abbas El Aouar.  
TCC (Graduação) - UFPB/CT.

1. Covid-19; Restrição; Consumidor; Delivery; Serviço.  
I. Aouar, Anoar Abbas El. II. Título.

UFPB/BS/CT

CDU 664(043.2)

## AGRADECIMENTOS

A Deus, por me conceber sabedoria e saúde para que essa jornada pudesse me promover ensinamentos ainda maiores.

Aos meus pais, Maria Lúcia e Abrahão, por me ensinarem seus valores, por todo amor e cuidado, por sempre me darem tudo o que precisei, e por sempre acreditarem que a educação seria a melhor herança que posso ter. Sem vocês, eu nada seria.

Ao meu irmão, Rodrigo Clementino, por todo carinho e proteção, e por cuidar dos nossos pais em todos os momentos em que estive ausente.

Aos meus avós, principalmente a minha vó materna, Maria Clementino, por ser uma das mulheres mais fortes e amáveis que já conheci, mesmo com tantas perdas.

A minha tia, Carmelita Clementino (*In Memoriam*), por ter sido minha segunda mãe, por todo amor, carinho e cuidado durante toda minha infância e em todos os outros momentos em que estivemos juntas. Você vive em mim.

Ao meu bem, Rodrigo Brito, por compartilhar esses últimos anos comigo, com muito companheirismo, amor e respeito. Obrigada por tudo sempre meu amor.

Aos meus amigos e colegas de apartamentos, Gabriela Medeiros, Victor Edácio e Juliana Souto, por serem como irmãos e terem tornado a saudade de casa um pouco mais leve. À amiga Andréa Medeiros, pela amizade de tantos anos, sempre envolta de carinho e cuidado, mesmo que distantes em alguns momentos. Ao amigo Jaian Tales, por todo incentivo e apoio no início da minha graduação.

A meus amigos de graduação, em especial a Larissa Rolim, Raquel Medeiros, Daniel Soares, Pedro Passador e Diego Santos, por todas as experiências compartilhadas.

À Engaja – Empresa Junior de Engenharia de Alimentos, que me proporcionou conhecimento e amizades que irei levar pelo resto da vida.

A meu orientador, professor Anoar, pela disposição e dedicação em me guiar tanto na realização do trabalho de conclusão de curso bem como no estágio. Ao professor Heinz Holschuh por toda paciência e apoio durante meus anos de monitoria.

Por fim, a todos os professores e técnicos do departamento de Engenharia de Alimentos da Universidade Federal da Paraíba que contribuíram na minha formação.

SANTOS, L. C. **Influência da COVID-19 na percepção e no comportamento do consumidor de serviços de alimentação em João Pessoa – PB.** 2021. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Alimentos) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021.

## RESUMO

A situação pandêmica acarretada pelo Coronavírus (Covid-19) impactou fortemente os serviços de alimentação, bem como os consumidores e a forma como eles avaliam e percebem os serviços alimentícios. Sendo assim, o estudo teve por objetivo avaliar a influência da Covid-19 nos critérios de seleção e na percepção dos consumidores sobre os serviços de alimentação ofertados na cidade de João Pessoa – PB. Para esse fim, foi aplicado um questionário online aos consumidores que residem na cidade, obtendo-se 99 respostas válidas. Os dados evidenciaram o aumento do uso de *delivery* na pandemia, bem como a resposta positiva dos consumidores à reabertura de estabelecimentos alimentícios. No serviço de *delivery*, mais de 75% dos consumidores utilizam fatores como preço e taxa de entrega como critério para realizar um pedido. Já no consumo presencial, quase 70% dos entrevistados selecionam de acordo com a higiene e com o cumprimento das normas de segurança contra Covid-19. O número de consumidores que se sentem confiantes em ambos os serviços é semelhante, cerca de 40%. Os estabelecimentos estão realizando as medidas de segurança frequentemente, mas, o *delivery* encontra maiores dificuldades de implementar as orientações para se tornar um serviço ainda mais seguro. Os resultados apontam que os serviços de alimentação investiram mais nos ambientes físicos do que em *delivery*, uma vez que o consumidor é mais cauteloso ao selecionar um restaurante para consumo presencial.

**Palavras chave:** Covid-19; Restrição; Consumidor; *Delivery*; Serviços de alimentação.

## ABSTRACT

The pandemic situation brought by the Coronavirus (Covid-19) has strongly impacted food services, as well as its consumers and the way they rate and perceive food services. The study aimed to evaluate the influence of Covid-19 on the selection criteria and perception of consumers about the food services offered in the city of João Pessoa - PB. For this purpose, an online survey was applied to consumers residing in the city, obtaining 99 valid responses. The data showed the increase in the use of delivery in the pandemic, as well as a positive response of consumers to the reopening of food establishments. In the delivery service, more than 75% of consumers use factors such as price and delivery rate as criteria to place an order. In face-to-face consumption, almost 70% of respondents select according to hygiene and compliance with safety standards against Covid-19. The number of consumers who feel confident in both services is similar, around 40%. The establishments are carrying out security measures frequently, but the delivery finds it more difficult to implement the guidelines to become an even safer service. The results show that food services invested more in physical environments than in delivery, since consumers are more cautious when selecting a restaurant for on-site consumption.

**Keywords:** Covid-19; Restriction; Consumer; *Delivery*; Food service.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Figuras

Figura 1 - Utilização de <i>delivery</i> de alimentos no contexto da pandemia.....	24
Figura 2 - Frequência na utilização de aplicativos de <i>delivery</i> de alimentos durante a pandemia.....	25
Figura 3 - Critérios para selecionar um estabelecimento de alimentação ou correlatos em aplicativos de <i>delivery</i> . ....	26
Figura 4 - Frequência em que caixa térmica utilizada na entrega se apresentava limpa e em bom estado. ....	28
Figura 5 - Preferência em realizar o pagamento do pedido. ....	29
Figura 6 - Preferência em receber o pedido. ....	29
Figura 7 - Frequência nas medidas preventivas realizadas por motoboys.....	30
Figura 8 - Nível de confiança em experiências com <i>delivery</i> de alimentos. ....	31
Figura 9 - Frequência do consumo em estabelecimentos alimentícios ou locais correlatos.....	33
Figura 10 - Critérios para selecionar um estabelecimento de alimentação para consumo presencial. ....	33
Figura 11 - Frequência em que a temperatura foi medida na entrada dos estabelecimentos de alimentação. ....	35
Figura 12 - Frequência em que presenciou o colaborador solicitando o uso da máscara para os clientes.....	36
Figura 13 - Frequência em que o distanciamento social estava sendo indicado por sinalização ou por barreira física.....	37
Figura 14 - Frequência em que as mesas estavam dispostas/organizadas para manter a distância mínima de 1m entre os clientes. ....	38
Figura 15 - Frequência nos modos de distribuição de alimentos prontos. ....	39
Figura 16 - Frequência de disponibilização dos utensílios para servir os alimentos. ....	40
Figura 17 - Frequência na disponibilidade de recursos para higiene das mãos.....	41
Figura 18 - Frequência na disponibilidade de álcool 70º/álcool gel na mesa e no caixa.....	41
Figura 19 - Nível de confiança em experiências presenciais em estabelecimentos de alimentação e correlatos. ....	42

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Tabelas

Tabela 1 - Perfil socioeconômico da amostra de consumidores. ....	23
---	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2</b>	<b>OBJETIVO</b>	13
2.1	OBJETIVO GERAL	13
2.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
<b>3</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	14
3.1	PANDEMIA DA COVID-19	14
3.1.1	Vias de transmissão da COVID-19	15
3.1.2	Restrição Social	16
3.2	ALIMENTAÇÃO EM MEIO A COVID-19	16
3.2.1	Serviços de alimentação	16
3.2.2	<i>Delivery</i> de alimentos	17
3.2.3	Hábitos dos consumidores	18
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b>	21
4.1	TIPO DE PESQUISA	21
4.2	CENÁRIO DA PESQUISA	21
4.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	21
4.4	POPULAÇÃO E AMOSTRA	21
4.5	CRITÉRIO DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO	21
4.6	PROCEDIMENTOS	22
4.7	ASPETOS ÉTICOS	22
4.8	ANÁLISE DE DADOS	22
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b>	23
5.1	PERFIL DO RESPONDENTE	23
5.2	CONSUMIDOR E SERVIÇO DE <i>DELIVERY</i>	24
5.2.1	Seleção do serviço de alimentação <i>delivery</i> pelo consumidor	24
5.3	CONSUMIDOR E SERVIÇOS PRESENCIAIS	32
5.3.1	Seleção do serviço de alimentação presencial pelo consumidor	32
5.3.2	Percepção do consumidor relativa as recomendações de biossegurança no serviço de alimentação presencial	34
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	44
	REFERÊNCIAS	46

<b>APÊNDICES .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>58</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu a COVID-19 como doença respiratória decorrente da infecção do novo coronavírus (OPAS/OMS, 2020). A Sars-CoV-2 (síndrome respiratória aguda grave) possui elevada infectividade, tendo registrado 127.914.902 de casos confirmados e 2.797.141 mortes até o dia 31 de março de 2021 (DONG, DU, GARDNER, 2021).

A transmissão da COVID-19 pode ocorrer pelo contato pessoa-pessoa através de gotículas expelidas por alguém infectado ou pelo contato com superfície ou objetos contaminados com o vírus, atingindo mucosas ou os olhos, pela exposição a gotículas respiratórias menores (aerossóis) suspensa no ar e que contém o vírus (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021). A OMS, a fim de evitar a propagação do vírus, indicou Intervenções Não Farmacológicas (MALTA *et al.*, 2020), em destaque a restrição social de alcance individual, ambiental e comunitário, que inclui a restrição de circulação e aglomeração em ambientes como bares e restaurantes ou demais serviços não essenciais (DURÃES, 2020).

O crescimento do segmento de alimentação fora do lar foi prejudicado com o período restritivo, onde cerca de 81% dos estabelecimentos tiveram seu faturamento mensal reduzido, além de precisarem modificar suas atividades devido à crise, como suspender o funcionamento temporariamente e alguns casos decidir encerrar suas atividades (SEBRAE, ABRASEL, 2020). No entanto, metade dos estabelecimentos de alimentação expandiram suas vendas por meio do serviço de *delivery*, e 75% venderam on-line, através das redes sociais. Em relação ao faturamento, os estabelecimentos que ofertaram o serviço de entrega, afirmaram que o mesmo representou mais de 70% do rendimento na empresa (REDE ABRASEL, 2020).

As medidas restritivas não implicaram em modificações apenas nos serviços de alimentação, mas também no estilo vida da população, como alterações de renda familiar, preocupação com o bom funcionamento do organismo e estado de saúde mental, fatores esses que influenciaram os hábitos alimentares (BEZZERA *et al.*, 2020; LIMA *et al.*, 2021; MATTIOLI, 2020).

Com a reabertura gradual das atividades econômicas não essenciais, além de permanecer em concordância com as novas normas de segurança determinadas pela Anvisa e gerências de inspeção e fiscalização, os estabelecimentos de alimentação necessitaram adaptar-se ao comportamento do consumidor.

Nesse sentido, torna-se imprescindível investigar quais critérios os consumidores estão adotando para selecionar um serviço, de alimentação presencial ou *delivery*, e qual sua percepção sobre os serviços de alimentação ofertados durante e após o período de restrição. Conhecer as suas motivações atuais dos clientes contribui na readequação do setor de alimentação, colaborando, com o desenvolvimento econômico local, bem como com a saudabilidade do próprio consumidor.

## 2 OBJETIVO

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Avaliar a influência da pandemia da COVID-19 nos critérios de seleção e percepções dos consumidores sobre os serviços de alimentação na cidade de João Pessoa - PB.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Descrever o perfil socioeconômico dos respondentes;
- Identificar os critérios de utilização do serviço de alimentação por delivery e presencial;
- Interpretar a percepção do consumidor sob o ponto de vista das recomendações de biossegurança nos serviços de alimentação por delivery e presencial.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 PANDEMIA DA COVID-19

A COVID-19 é a doença respiratória decorrente da infecção do novo coronavírus, e foi caracterizada pela Organização Mundial da Saúde como pandemia desde março de 2020. O agente etiológico teve origem em Wuhan, na China em dezembro de 2019, foi identificado por autoridades chinesas, e recebeu a denominação Sars-CoV-2 (síndrome respiratória aguda grave), integrando o grupo de coronavírus humanos (OPAS/OMS, 2020).

O novo coronavírus pertence à família *Coronaviridae*, juntamente com outras duas espécies já conhecidas, a SARS-CoV e o MERS-CoV. A SARS-CoV foi responsável pelo surto síndrome respiratória aguda grave com início em 2003 em Hong Kong, sendo disseminada pelo mundo com mais de 8.000 pessoas infectadas e 776 mortes., sendo controlada após nove meses do início do surto (MUHAMMAD *et al.*, 2020). Em 2012, o MERS-CoV afetou a região do Oriente Médio com uma doença similar à causada pelo SARS-CoV, ficando conhecido como a Síndrome Respiratória do Oriente Médio, sendo expandido para continentes Asiático, Europeu, Africano e América até o fim de 2014, levando a 858 mortes conhecidas devido à infecção e complicações relacionadas (OMS, 2021).

A Sars-CoV-2 possui elevada infectividade, tendo registrado 127.914.902 de casos confirmados e 2.797.141 mortes até o dia 31 de março de 2021 (DONG, DU, GARDNER, 2021).

No Brasil, no dia 3 de fevereiro de 2020, foi declarada, por meio da Portaria nº 188 do Ministério da Saúde, Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN), em decorrência da infecção humana pelo novo coronavírus (Sars-CoV-2) (BRASIL, 2020d). Desde o primeiro caso, confirmado em 26 de fevereiro, foram outros 12.748.747 casos confirmados, e 321.515 óbitos atestados até 31 de março de 2021 (DONG, DU, GARDNER, 2021).

No estado da Paraíba, a disseminação do vírus teve início em cidades maiores, como a região metropolitana de João Pessoa (NOGUEIRA, 2020; MIRANDA *et al.*, 2020). A capital paraibana, possui população estimada em 817.511 pessoas (IBGE, 2021), e até a data de 31 de março de 2021, foram 81.502 casos confirmados (JOÃO PESSOA, 2021).

De acordo com Chagas *et al.*, (2020) a cidade de João Pessoa apresentava a maior taxa de morbidade – taxa de pessoas infectadas – do estado, de 1,6%, tendo 1.680 casos confirmados da COVID-19 a cada 100 mil habitantes no território. Em estudos mais recentes realizados pelo Observatório de Síndromes Respiratórias (OBSRUFPB) a capital do estado da Paraíba apresentou a maior taxa de contaminação por Covid-19 entre as Capitais do Nordeste (MAGYAR, 2021).

### 3.1.1 Vias de transmissão da COVID-19

De acordo com o Ministério da Saúde (2021), a propagação do Sars-CoV-2 é semelhante à de outros vírus respiratórios, sendo transmitido dos seguintes modos:

- A partir do contato direto de pessoa-pessoa, como um aperto de mão com alguém infectado, sintomático ou não, seguido do toque nas mucosas (boca e nariz) ou conjuntiva (olhos);
- Devido ao contato com superfície ou objeto contaminado com o vírus, atingindo as mucosas ou conjuntiva;
- Através da exposição à gotículas respiratórias expelidas (tosse, espirro ou fala) por alguém infectado, sintomático ou não, principalmente quando ela se encontra a menos de 1 metro de distância;
- Através da exposição a gotículas respiratórias menores (aerossóis) contendo vírus e que podem permanecer suspensas no ar.

Até o momento, não há comprovações ou registro de que o novo coronavírus possa ser transmitido por meio dos alimentos, possivelmente devido a sua dependência de um hospedeiro animal ou humano para crescer (OLAIMAT *et al.*, 2020). Contudo, a sobrevivência de vírus respiratórios da família coronavírus já foi estudada em alimentos, Yépiz-Gómez *et al.* (2013) constatou a sobrevivência do CoV229E por 2 dias na superfície de folhas de alface.

As embalagens de alimentos podem se comportar como superfícies passíveis de contaminação. A estabilidade do Sars-CoV-2 em superfícies foi analisada por diferentes estudos. De acordo com Van Doremalen *et al.* (2020), o vírus é mais estável em superfícies de aço inoxidável e plásticas - as mesmas que compõem estruturas de cozinhas e embalagens de alimentos-, pois permanece viável e detectável até 2 e 3 dias, respectivamente, a 21-23°C e umidade relativa de 40%, já em superfícies de papelão o vírus não foi detectado após 24 horas.

Testes realizados por Chin *et al.* (2020) indicaram que o vírus é mais estável em superfícies lisas, não podendo ser detectado em aço inoxidável e plástico apenas a partir do sétimo dia de aplicação. O estudo também revelou que o Sars-CoV-2 permanece estável em ampla faixa de valores de pH (3-10), em temperatura ambiente.

### **3.1.2 Restrição Social**

A infectividade do SARS-CoV-2 e as possibilidades de contaminação contribuíram para o crescimento exponencial de casos. A OMS orientou governos a adotar Intervenções Não Farmacológicas (INF), indicadas para retardar a propagação do vírus. Destacam-se as medidas de prevenção de alcance individual (como lavagem frequente de mãos, uso de máscara e isolamento), ambiental (limpeza rotineira de ambientes e superfícies), e comunitário (restrição de circulação e de aglomeração social como escolas, universidades, teatros, bares, restaurantes e qualquer empresa ou serviço considerado não essencial) (MALTA *et al.*, 2020; DURÃES, 2020). No Brasil, as medidas de restrição social também foram adotadas pelos estados e municípios, restringindo ou suspendendo o atendimento presencial em estabelecimentos de alimentação por decretos durante diversos meses desde o início da pandemia (BOTELHO; CARDOSO; CANELLA, 2020).

A restrição social é a medida mais difundida pelas autoridades, e é efetiva para evitar a disseminação do coronavírus, contudo, de acordo com Imran *et al.* (2020) e Beam *et al.* (2020) a restrição social e demais medidas de saúde pública implementadas durante a pandemia podem resultar em efeitos psicológicos negativos em todas as faixas etárias, entre outros impactos no estilo de vida, como a redução da prática de atividades físicas, a longo prazo aumento do comportamento sedentário (PEÇANHA, 2020), na dieta e na mudança dos hábitos alimentares (DURÃES, 2020).

## **3.2 ALIMENTAÇÃO EM MEIO A COVID-19**

### **3.2.1 Serviços de alimentação**

No período pandêmico, o isolamento social aliado a restrição do funcionamento acarretou em alterações no setor de alimentação. Os serviços de alimentação são definidos pela Resolução nº 216 como aqueles que realizam atividades no preparo

de alimentos, e comercialização dos alimentos prontos para o consumo (BRASIL, 2004). De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (2021), o crescimento de serviços de alimentação recebeu impacto significativo com a pandemia, sofrendo uma retração de 25% em 2020, com a queda do faturamento foram fechadas cerca de 300 mil empresas resultando em mais de um milhão de empregos perdidos.

Após o período de restrições, observou-se a reabertura gradual das atividades econômicas não essenciais, como o de estabelecimentos de alimentação com atendimento presencial. Para este retorno, além de seguir os requisitos já definidos pela RDC nº 216 acerca das boas práticas de manipulação de alimentos em serviços de alimentação (BRASIL, 2004), algumas notas técnicas foram determinadas pela Anvisa e gerências de inspeção e fiscalização no enfrentamento da pandemia de COVID-19, sendo dever dos estabelecimentos cumpri-las integralmente. As notas técnicas fortalecem a realização das boas práticas, orientam sobre o uso de luvas e máscaras em estabelecimentos da área de alimentos, sobre boas práticas de fabricação, acrescentando e reforçando medidas para a adequada manipulação dos alimentos e divulgam recomendações para os serviços alimentícios com atendimento ao cliente (BRASIL, 2020a; BRASIL, 2020b; BRASIL, 2020c).

Na pesquisa realizada pelo SEBRAE e a ABRASEL (REDE ABRASEL, 2020) sobre a situação e perspectivas do segmento de alimentação fora do lar, realizada entre julho e agosto de 2020 com 1.191 estabelecimentos situados por todo o Brasil, apresentou que em torno 81% dos negócios tiveram seu faturamento mensal reduzido. Sobre a atividade, cerca de 63% dos entrevistados alegaram estar funcionando com as mudanças por causa da crise, 21% estavam com o funcionamento interrompido temporariamente, e 3% decidiram fechar seu negócio.

Ao analisar as mudanças causadas pela pandemia em serviços de alimentação coletiva, Aranha *et al.* (2020) contactou nutricionistas responsáveis por Unidades de Alimentação e Nutrição - produção de refeições coletivas na indústria alimentícia - no estado de São Paulo, observou-se que em todas as unidades produtivas foram implementadas as adequações citadas nas notas técnicas da ANVISA, como distanciamento social, redução de número e circulação dos comensais nos refeitórios, uso de máscaras de proteção, e maior atenção a higienização das mãos.

### **3.2.2 Delivery de alimentos**

Buscando se adequar a condição atual, restaurantes, lanchonetes e correlatos adotaram ou intensificaram a oferta de serviços de *delivery* de comida em aplicativos, onde clientes, anteriormente interessados em comida preparada fora do lar, também passaram a recorrer aos serviços de aplicativos (BOTELHO; CARDOSO; CANELLA, 2020). O serviço de *delivery* de alimentos e bebidas, consiste no serviço de entrega de materiais, bens, serviços ou produtos a um determinado lugar, solicitados através de algum meio de comunicação (por exemplo, telefone, redes sociais, aplicativos, etc...). Entre os itens que tradicionalmente fazem parte dos serviços de *delivery*, estão medicamentos, bebidas, produtos de supermercados e refeições (BELTRÃO, 2019).

O sistema de *delivery* já era uma complementação para muitos restaurantes antes da pandemia. O segmento vem crescendo nos últimos anos, principalmente a partir de 2010, onde a conveniência e a facilidade ao acesso de smartphones e a rede de internet contribuíram para a fundação de plataformas que oferecem esse serviço no Brasil (PIGATTO *et al.*, 2019).

A pesquisa de situação e perspectivas do segmento de alimentação fora do lar (REDE ABRASEL, 2020), apresentou que metade dos estabelecimentos expandiram as vendas por meio do serviço de *delivery* e 75% venderam on-line, através de redes sociais, aplicativos e internet. Em relação à participação no faturamento, 30% dos estabelecimentos afirmaram que o *delivery* representa mais de 70% do rendimento na empresa.

A entrega de alimentos em domicílio no período da pandemia minimizou a crise no setor de serviços de alimentação e manteve orientações de restrição social. Contudo, o crescimento desse serviço aumenta a vulnerabilidade dos entregadores e os coloca na linha de frente de exposição ao SARS-CoV-2, fazendo-se necessário seguir as recomendações higiênico sanitárias (ABRASEL, 2021).

O serviço de *delivery* deverá permanecer no período após a crise sanitária, se integrando ao cotidiano de muitos brasileiros após a pandemia (BOTELHO; CARDOSO; CANELLA, 2020).

### **3.2.3 Hábitos dos consumidores**

O estilo de vida alimentar é influenciado por diversos fatores, como aspectos sociais e econômicos. A adequação das pessoas ao mercado de trabalho acarretou

na indisponibilidade de tempo para produzirem suas próprias refeições, impulsionando a busca por facilidade e comodidade em receitas de fácil preparo, além do consumo de refeições prontas, tais como, servidas por restaurantes, lanchonetes entre outros (TAVELLA, 2017).

As medidas de restrição, como o fechamento de estabelecimentos e isolamento social, desempenham papel fundamental na diminuição da transmissão direta da Covid-19, contudo, implicam modificações no estilo de vida (ARORA; GREY, 2020), e causam adaptações nas tendências de alimentação fora do lar que vinham crescendo nos últimos anos. As despesas com alimentação estão entre os cinco maiores gastos, onde as famílias optam por comodidade, e afirmam que os gastos por se alimentar fora do lar são menores (SILVEIRA, 2019). De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada entre o período de 2002 a 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), observou-se um aumento significativo no percentual da despesa média mensal com alimentação fora do domicílio. O percentual de despesas com alimentação fora de casa sobre os gastos totais aumentou de 31,1% para 32,8%, entre os anos de 2008-2009 e 2017-2018, respectivamente (IBGE, 2019). Considerando o rendimento mensal familiar, a POF 2017-2018 registrou que famílias com rendimentos mais baixos (Até R\$ 1.908,00) apresentaram um gasto com alimentação fora do lar de 20,6% das despesas com alimentação, e famílias com rendimentos mais altos (acima de R\$ 23.850,00) apresentam um gasto com alimentação fora do lar de 50,3% das despesas com alimentação (IBGE, 2019).

O isolamento social trouxe mudanças na renda familiar por perda de emprego ou impossibilidade do exercício de determinadas ocupações (BEZZERA *et al.*, 2020) o que pode dificultar a aquisição de alimentos in natura (frutas, legumes e vegetais) levando ao aumento do consumo de alimentos ultra processados devido ao preço e ao acesso (RIBEIRO-SILVA, 2020). De acordo com o levantamento realizado por Lima *et al.* (2021) a mudança negativa nos hábitos alimentares dos brasileiros foi o aumento de consumo de ultra processados durante a pandemia. A pesquisa também indica que no caso em que há o aumento no consumo de alimentos saudáveis o mesmo está associado a preocupação com “bom funcionamento do organismo e na melhora da imunidade” (LIMA *et al.*, 2021).

Além do fator econômico e nutricional, vale destacar que o estado de saúde mental pode impactar diretamente na alimentação. A modificação da rotina devido a pandemia, pode acarretar em ansiedade e estresse (MATTIOLI, 2020), esses podem

impactar em comportamentos relacionados a alimentação, como quantidade, variedade e frequência de consumo (VERGARA-CASTAÑEDA *et al.*, 2020). O isolamento e a incerteza podem influenciar comportamentos alimentares, como promover dietas não saudáveis. De acordo com Mantau *et al.* (2018), as pessoas buscam regular o humor negativo por meio de alimentos considerados não saudáveis, conceito identificado como “alimentação emocional”. Segundo a pesquisa realizada por Santos (2020) no Rio de Janeiro, aponta associações de comida com afeto, conforto e refúgio.

O estudo desenvolvido por Dalvi e Mello (2020) sobre a influência de aplicativos na comensalidade e hábitos alimentares em tempos de distanciamento social, realizado no Distrito Federal, encontrou que a maior parte dos entrevistados utilizam serviço de *delivery* de alimentos devido a praticidade e a variedade ofertadas pela plataforma. Contudo, entre os entrevistados foi notado que alguns não utilizaram o serviço de *delivery* no período da pandemia em virtude da preocupação com a procedência da comida, sua manipulação, embalagem e entrega (DALVI; MELLO, 2020).

Como já analisado por Defante *et al.*, (2012) a higiene, limpeza, aparência externa, manipulação dos alimentos, entre outros, são atributos determinantes na escolha de restaurantes comerciais. No período atual de pandemia os critérios dos consumidores devem ter sido potencializados.

## 4 METODOLOGIA

### 4.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa realizada trata-se de um estudo descritivo de caráter exploratório, buscando descrever as percepções dos consumidores e seus fatores motivacionais acerca do assunto ainda não estudado (PRODANOV: FREITAS, 2013). Foi utilizada a técnica de levantamento de dados, com aplicação de questionário direito em indivíduos que se desejou obter informações (GIL, 2008), com abordagem quantitativa, pois os dados coletados foram traduzidos em números e porcentagens permitindo analisá-las (PRODANOV: FREITAS, 2013).

### 4.2 CENÁRIO DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada virtualmente, através do preenchimento de um questionário, por meio do *Google Forms* da Plataforma Google. O link foi disponibilizado para os participantes em redes sociais, contendo o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e o questionário, assim como o número de aprovação do Comitê de Ética da UFPB.

### 4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O questionário denominado de Perfil e Percepções de Clientes de Serviços de Alimentação (PPCSA), presente no APÊNDICE A, foi estruturado em 29 questões fechadas, dividido em três partes: Socioeconômica; Experiência com serviço de *delivery*; e Experiência de consumo presencial em restaurantes.

### 4.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A amostra utilizada foi não probabilística (por conveniência) com participantes voluntários. A amostra de consumidores foi composta por adultos (a partir de 18 anos) e idosos de ambos os sexos que residem na cidade de João Pessoa-PB.

### 4.5 CRITÉRIO DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

Foram incluídos os participantes que utilizaram serviços de *delivery* de alimentos ou que tiveram consumido, presencialmente, em estabelecimentos de alimentação ou correlatos durante o período da pandemia. Foram retirados da amostra os consumidores que não tenham permanecido por mais de 8 meses na cidade de João Pessoa, entre março de 2020 e março de 2021.

#### 4.6 PROCEDIMENTOS

O instrumento de coleta (PPCSA) foi digitalizado, utilizando o *Google Forms* da Plataforma Google, e o link foi disponibilizado para os participantes da pesquisa através das redes sociais ou outro contato já disponibilizado, como *Whatsapp*, *Instagram*, *E-mail*, entre outros.

O procedimento para o preenchimento dos questionários foi dividido em duas etapas. A primeira etapa consistiu na assinatura do TCLE, no caso dos participantes que aceitassem participar da pesquisa. A segunda, o preenchimento do instrumento mencionado anteriormente.

#### 4.7 ASPETOS ÉTICOS

A presente pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba – CEP/CCS. Esta pesquisa obedeceu aos critérios de aspectos éticos em pesquisas com humanos da Resolução nº 466/2012, e está identificado pelo Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE) de nº 45462121.0.0000.5188. Os resultados serão utilizados apenas para fins acadêmicos, estando garantido o sigilo/anonimato das informações.

#### 4.8 ANÁLISE DE DADOS

Os dados coletados a partir do questionário aplicado aos consumidores foram analisados por meio de tabelas e gráficos quantitativos e qualitativos formulados no Microsoft Excel, obtendo percentuais que relacionem essas informações de forma clara e objetiva.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 5.1 PERFIL DO RESPONDENTE

O questionário aplicado (Apêndice A) foi respondido por 132 consumidores, dos quais 33 foram desconsiderados após aplicação do critério de exclusão da pesquisa, logo, a amostra final foi composta por 99 pessoas.

Na Tabela 1 é possível observar o perfil socioeconômico dos respondentes.

Tabela 1 - Perfil socioeconômico da amostra de consumidores.

<b>Variáveis</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Sexo</b>		
Feminino	58	58,6
Masculino	41	41,4
<b>Faixa etária</b>		
Entre 18 e 24 anos	60	60,6
Entre 25 e 30 anos	27	27,3
Entre 31 e 40 anos	7	7,1
Entre 41 e 50 anos	4	4,0
Entre 51 e 60 anos	1	1,0
<b>Renda Familiar</b>		
Menos de 1 salário mínimo	4	4,0
Entre 1 e 3 salário mínimos	55	55,6
Entre 4 e 6 salários mínimos	26	26,3
Entre 7 e 9 salários mínimos	4	4,0
10 salários mínimos ou mais	10	10,1
<b>Nível de escolaridade</b>		
Ensino médio	12	12,1
Ensino superior completo	20	20,2
Ensino superior incompleto	51	51,5
Pós graduação	16	16,2

Fonte: Autor, 2021.

Quase 60% dos consumidores entrevistados são do sexo feminino. A faixa etária dos consumidores também foi verificada, identificando-se predominância de um público jovem entre 18 a 24 anos, com 60,6%, seguido daqueles com idade entre 25 e 30 anos, com 27,3%. A renda familiar da maioria dos entrevistados está entre 1 a 3 salários mínimos com 55,5%, e de 4 a 6 salários mínimos, com 26,3%. Enquanto ao grau de escolaridade, cerca de 72% dos entrevistados já concluíram ou ainda estão cursando o ensino superior.

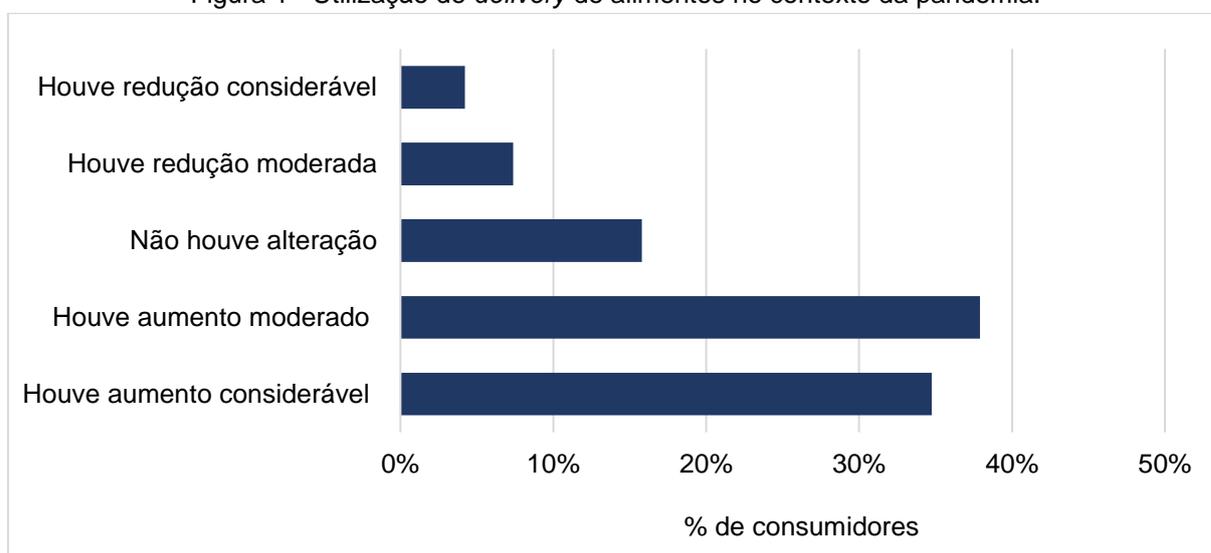
## 5.2 CONSUMIDOR E SERVIÇO DE *DELIVERY*

### 5.2.1 Seleção do serviço de alimentação *delivery* pelo consumidor

Entre os entrevistados, apenas 4 pessoas não utilizaram o serviço de *delivery* de alimentos durante a pandemia. Sendo assim, as questões destinadas a esse serviço foram respondidas por 95 pessoas.

A relação do consumo de *delivery* com a pandemia pode ser vista na Figura 1, em que a mais de 75% dos consumidores declararam ter passado a utilizar mais esse serviço, com aumento moderado (37,9%) e com aumento considerável (34,7%).

Figura 1 - Utilização de *delivery* de alimentos no contexto da pandemia.

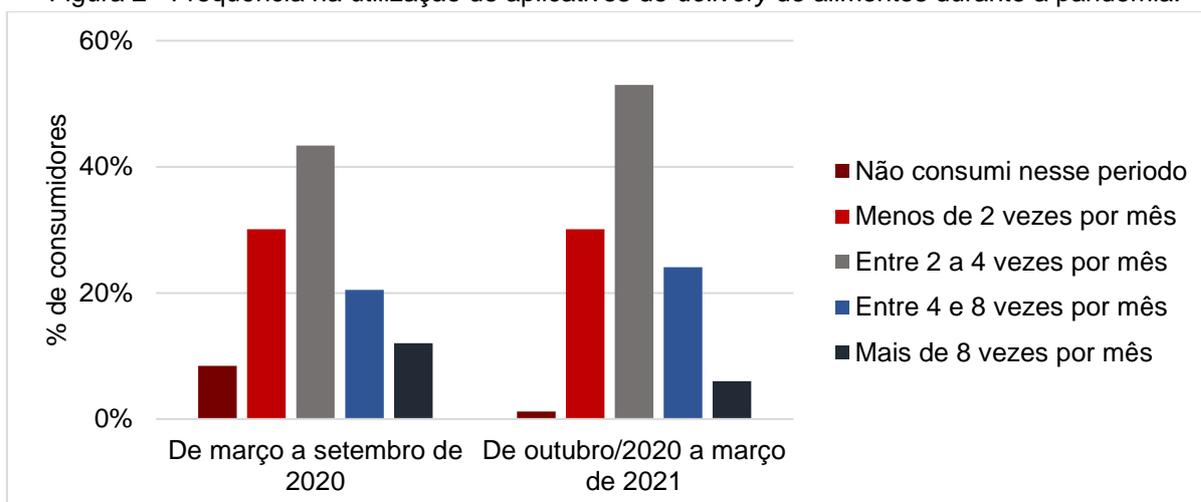


Fonte: Autor, 2021.

Esse crescimento expressivo também foi identificado por Costa e Oppitz (2021), onde 63,9% dos entrevistados passaram a pedir mais em *delivery* em relação ao período anterior à pandemia. Esses dados confirmam as informações de aumento no consumo de *delivery* de alimentos no período de pandemia apresentadas nesse trabalho.

Considerando a frequência mensal do uso de aplicativos de *delivery* (Figura 2), no primeiro período o consumo da maioria dos entrevistados era realizado entre 2 a 4 vezes por mês (37,9%), seguido da frequência de menos de 2 vezes ao mês (26,3%). No segundo período estudado pela pesquisa, o percentual de consumo de menos de 2 vezes ao mês seguiu constante.

Figura 2 - Frequência na utilização de aplicativos de *delivery* de alimentos durante a pandemia.



Fonte: Autor, 2021.

Notou-se que os consumidores seguiram utilizando serviços de *delivery* com frequência de 2 a 4 vezes por mês, com aumento percentual de 22,2%. Ainda nesse período, houve a redução no número de pessoas que não utilizaram o serviço, indicando o aumento considerável de *delivery* no decorrer da pandemia.

Esse comportamento é observado em outras cidades. Na pesquisa realizada por Dalvi e Mello (2020), por exemplo, 40,0% dos consumidores moradores de Brasília-DF, utilizaram *delivery* de alimentos cerca de 4 até 8 vezes por mês, seguido do consumo de uma vez ao mês, com 19,6%. Em São Paulo, 31,3% dos entrevistados relataram realizar pedidos no serviço uma ou duas vezes por semana, equivalente a 4 ou 8 vezes por mês, seguido do consumo quinzenal, duas vezes por mês, com 24,1% das respostas (ALCANTRA *et al.*, 2021). Na cidade de Santa Catarina, 34,8% dos entrevistados na pesquisa de Costa e Oppitz (2021) alegaram que costumam pedir comida em *delivery* mais de 4 vezes por mês, 35,5% afirmaram pedir entre 3 a 4 vezes ao mês, e 19,4% declararam utilizar o serviço 2 vezes ao mês. Pode-se observar que, em média, o brasileiro possui o hábito de utilizar serviço de entrega de alimentos cerca de quatro vezes ao mês, ou seja, uma vez por semana. Contudo, essa média no consumo mensal pode sofrer grande influência devido à renda do indivíduo, entre outros fatores (AVELAR, 2010).

No questionário foram disponibilizados dez fatores para que os consumidores afirmassem a relevância de cada um no momento de realizar pedidos de *delivery*. Conforme a Figura 3, quase 80% dos entrevistados afirmaram que o preço é um fator de importância, seguido de taxa de entrega, sabor, e experiência anterior no estabelecimento que oferece o serviço.

Figura 3 - Critérios para selecionar um estabelecimento de alimentação ou correlatos em aplicativos de *delivery*.



Fonte: Autor, 2021.

Dados similares foram encontrados por outros estudos, que sinalizam que o preço é o fator mais utilizado pelos consumidores ao pesquisar uma lanchonete ou restaurante em aplicativos (SILVA; MARQUES, 2020; COSTA; OPPITZ, 2021).

A taxa de entrega (75,8%) resulta em um acréscimo de valor no momento da compra, estando diretamente ligada ao primeiro fator preço. Embora o critério de cupons de desconto possa influenciar no valor final do pedido, este foi considerado importante por pouco mais da metade dos consumidores, com 51,6% (Figura 3). Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que nem sempre há cupons disponíveis e adequados para os consumidores. De acordo com Alcantra *et al.* (2021) apenas 47,5% das compras são realizadas utilizando cupons, e a disponibilização de cupons ocorre ocasionalmente (26,4%) ou semanalmente (22,8%), podendo ainda influenciar na frequência mensal dos pedidos.

O sabor foi considerado um critério de importância de 63,2% dos entrevistados. De acordo com Ponte Neto (2020), os consumidores buscam o aplicativo quando já sabem o que desejam comer. A variedade de restaurantes presentes nos aplicativos está diretamente ligada à escolha dos clientes pelo uso de aplicativos de *delivery*, além disso, e um dos filtros mais utilizados pelos consumidores é o “Cozinha”, ou seja, o tipo de alimentos (COSTA, OPPITZ, 2021).

A experiência anterior no estabelecimento também foi um dos critérios em destaque com 62,1%. No estudo de Costa e Oppitz (2021), 58,1% dos consumidores afirmaram preferir pedir em uma empresa em que já havia realizado pedidos. Quando os serviços ou produtos excedem às expectativas dos clientes, geram satisfação para consumidor, podendo superar até critérios como o preço, resultando em benefícios valiosos para empresa (RODRIGUES, 2020).

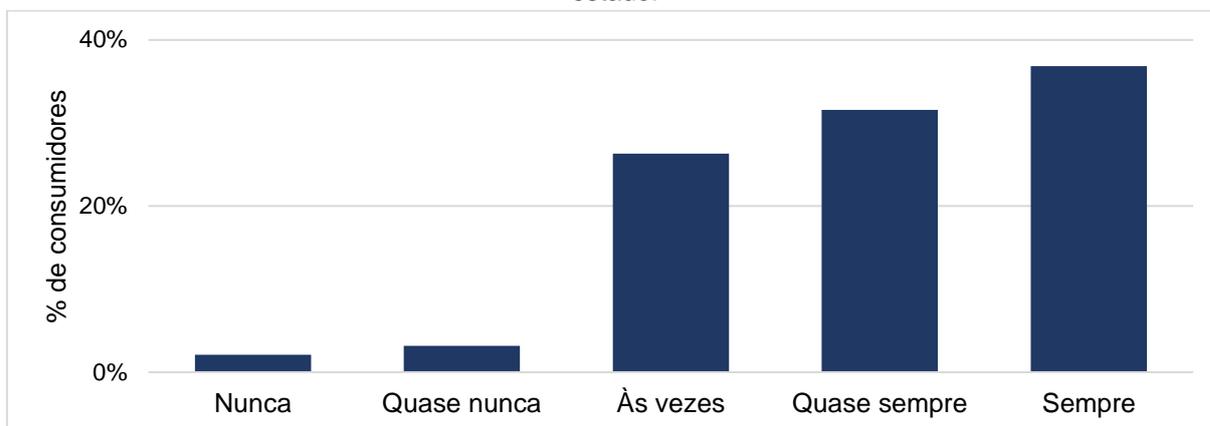
Já a segurança da embalagem foi considerada um critério relevante apenas por quase 30% dos entrevistados, um dado preocupante, pois materiais plásticos ou de papelão podem ser veículos do novo coronavírus (VAN DOREMALEN, *et al.*, 2020; CHIN, *et al.*, 2020).

De acordo com o Instituto FIOCRUZ, as embalagens de alimentos que provem de serviços de *delivery* devem ser higienizadas e/ou descartadas corretamente já que foram manuseadas por outras pessoas antes de serem adquiridas (FIOCRUZ, 2020). Mesmo com a orientação de órgãos do governo e com a divulgação realizada pela mídia, parte da população utiliza práticas inadequadas na higienização dos alimentos. O estudo realizado pelo Centro de Pesquisas em Alimentos em julho de 2020 com pessoas de todo o país, aponta que pouco mais da metade dos consumidores (57,2%) higienizavam as embalagens de *delivery* (FORC, 2020).

### **5.2.2 Percepção do consumidor relativa as recomendações de biossegurança no serviço de alimentação *delivery***

As medidas higiênicas também devem ser seguidas pelos entregadores, já que as etapas de armazenamento e transporte do alimento pronto para consumo deve ocorrer em condições de tempo e temperatura que não comprometam sua qualidade higiênico sanitária (BRASIL, 2004). Por isso, as caixas transportadoras dos pedidos devem ser higienizadas e manuseadas conforme as boas práticas de serviços de alimentação. Caso sua higienização não seja adequada, será passível de contaminação por microrganismos que podem ser prejudiciais à saúde humana (ALENCAR, *et al.*, 2020).

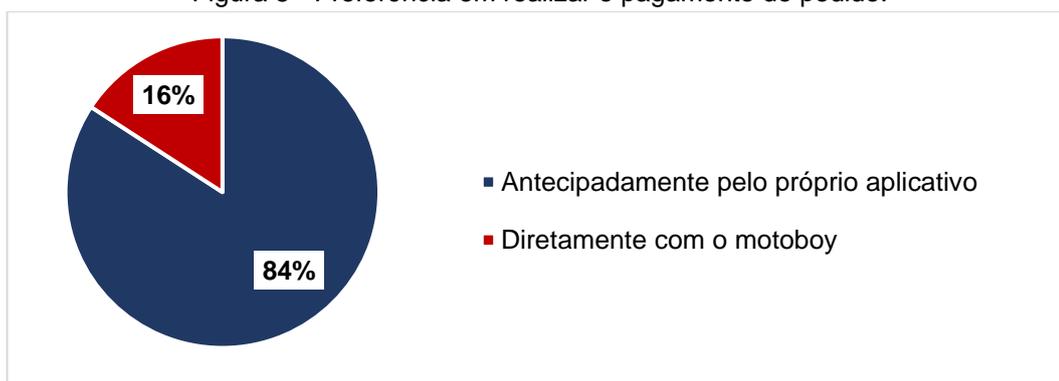
Figura 4 - Frequência em que caixa térmica utilizada na entrega se apresentava limpa e em bom estado.



Fonte: Autor, 2021.

Conforme a Figura 4, a maioria dos consumidores (68,4%), observou que as caixas estavam “sempre”, ou “quase sempre”, limpas e em bom estado. Entretanto, um terço dos entrevistados afirmou que a caixa térmica estava em condições ideais apenas “às vezes” ou em frequências menores. Deve-se refletir sobre a precisão desses dados já que poucos consumidores direcionam sua atenção a embalagem do alimento (Figura 3), o mesmo comportamento pode se repetir na atenção as condições da caixa transportadora do pedido. Contudo, pelos dados coletados, essa medida preventiva vem sendo seguida, já que a nota técnica nº 49 reafirma a necessidade de que as embalagens, bolsas e caixas utilizadas no transporte de alimentos sejam higienizadas frequentemente de forma adequada (BRASIL, 2020c). Outras medidas foram recomendadas por órgãos de público para reduzir o risco de contaminação devido o contato de clientes com entregadores. Foi estimulado usar meios de pagamentos que demandassem menos toque e manuseio. Uma recomendação seguida por mais de 80% dos participantes do estudo, que afirmaram pagar o pedido antecipadamente no aplicativo, evitando um contato próximo com o motoboy, e a manipulação de máquinas de cartão, cartão ou dinheiro no ato da entrega (Figura 5).

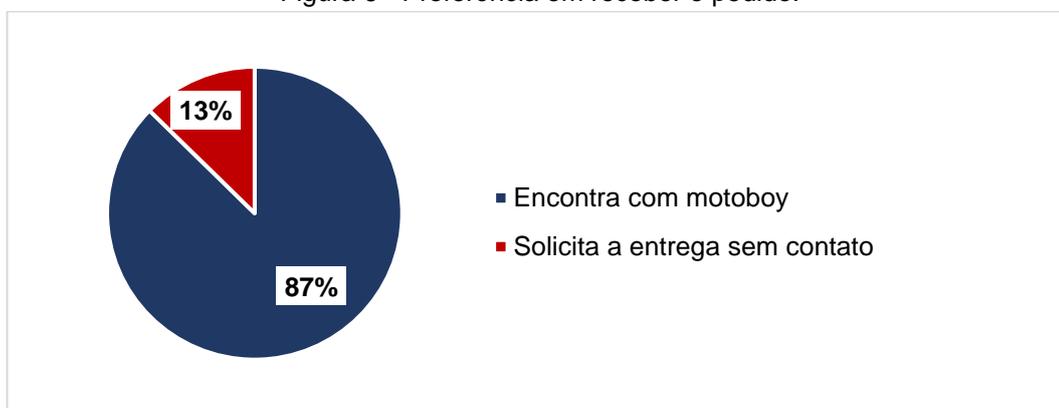
Figura 5 - Preferência em realizar o pagamento do pedido.



Fonte: Autor, 2021.

Para o recebimento do pedido foi inserida oferta de entregas “sem contato”, enviando alertas de texto ou por ligação quando os pedidos chegam ao destino (BRASIL, 2020c). No entanto, conforme a Figura 6, apenas 12,6% dos consumidores alegaram solicitar a entrega sem contato. Entretanto, deve-se considerar que para realizar a entrega sem contato o consumidor deve dispor de uma infraestrutura que possibilite o procedimento.

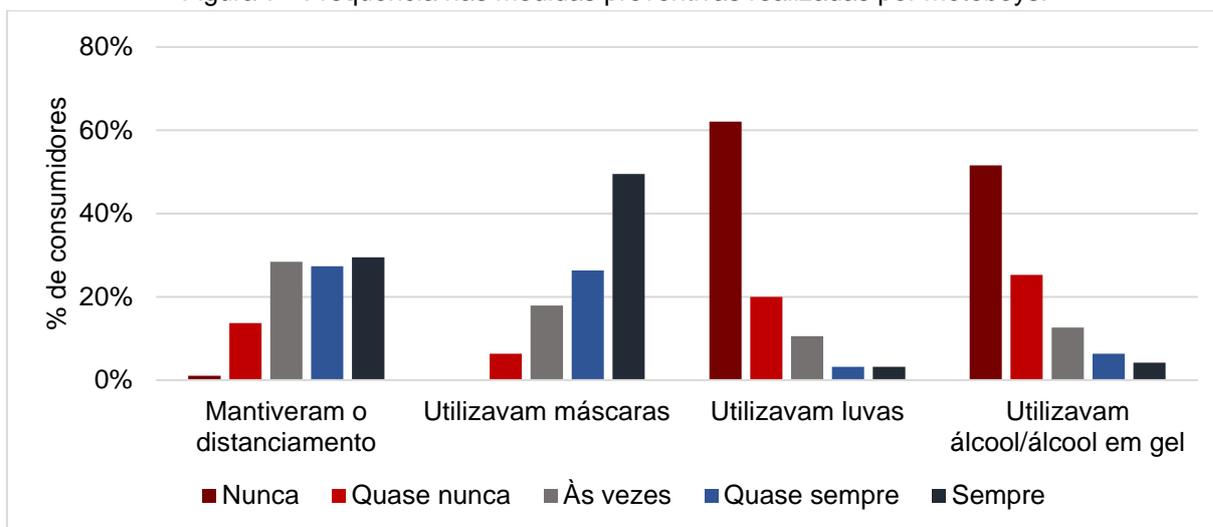
Figura 6 - Preferência em receber o pedido.



Fonte: Autor, 2021

Nessas situações em que é necessário o contato no momento da entrega, os motoboys devem manter o distanciamento dos clientes, preservando a distância segura mínima de 1 metro (BRASIL, 2020c). De acordo com a Figura 7, o distanciamento foi mantido com uma frequência similar entre “sempre”, “quase sempre”, totalizando 56,8% das respostas, e “nunca” e “quase nunca” somam 14,7%. Esses dados podem refletir do entendimento dos entrevistados, já que muitas vezes existe a necessidade de aproximação para a entrega do pedido em mãos.

Figura 7 - Frequência nas medidas preventivas realizadas por motoboys.



Fonte: Autor, 2021.

Com o propósito de assegurar a saúde de clientes e entregadores, é indispensável o uso da máscara, que vem sendo sugerido pelo Ministério da Saúde desde abril de 2020 como meio de contribuir com a redução da disseminação do COVID-19 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020b). Apesar do uso de máscaras não ser obrigatório da legislação sanitária vigente, sua utilização vem sendo recomendada como uma estratégia adicional a outras INF adotadas (BRASIL, 2020a). Segundo Gonçalves e dos Reis (2020) o uso de máscaras reduz em 87% a chance de infecção por SARS-CoV-2. De acordo com a Figura 7, quase 50% dos consumidores confirmaram que os entregadores dos pedidos utilizavam a máscara “sempre”. Além disso, a frequência de “quase sempre” representou 26,3% e nenhum consumidor afirmou ter tido contato apenas com entregadores que nunca utilizavam máscara. Logo, pode-se concluir que grande parte dos entregadores estão seguindo as regras sanitárias.

De acordo com a nota técnica nº 47, é de responsabilidade das empresas orientar sobre o uso de máscaras, o descarte e as limitações de proteção da mesma contra o coronavírus, além de fornecerem EPI no início da jornada do trabalho (BRASIL, 2020a).

Com relação ao uso de luvas, Figura 7, pouco mais de 60% dos consumidores afirmaram que “nunca”, e 30,5% que “quase nunca” e “às vezes” o EPI estava sendo utilizado pelo entregador. A utilização de luvas também não é obrigatória na legislação sanitária vigente, tanto em serviços de alimentação (como restaurantes e lanchonetes)

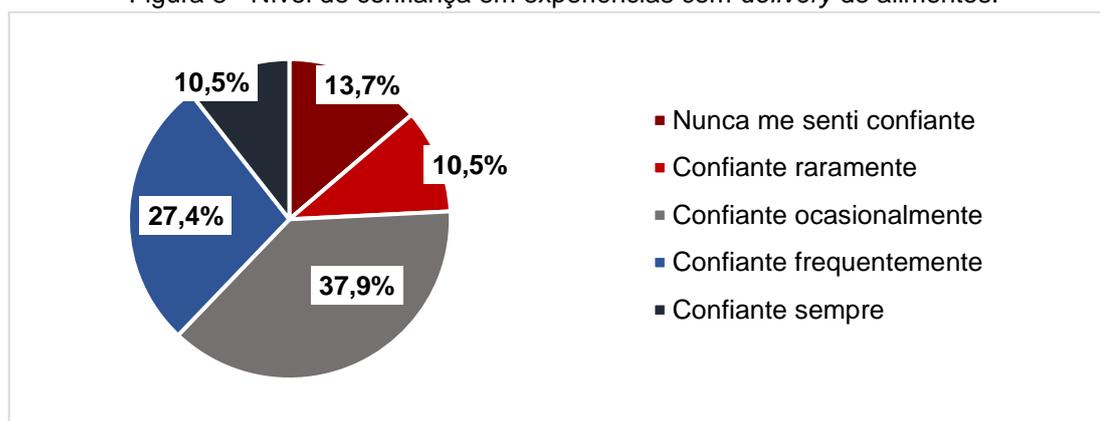
quanto em indústrias de alimentos, sendo recomendada apenas em atividades específicas, e não há qualquer orientação de autoridades de saúde internacionais ou nacionais que indique o uso de luvas (BRASIL, 2020a).

A estratégia mais efetiva para reduzir o risco de contaminação e transmissão é a lavagem adequada e frequente das mãos. O uso do álcool gel pode ser usado complementando a higiene das mãos, e não apresenta restrições, podendo ser utilizado frequentemente, principalmente em situações onde não é possível ou indicada a lavagem das mãos (BRASIL, 2020c). Cerca de 51,6% dos entrevistados afirmaram que nunca observaram os entregadores utilizando álcool ou álcool gel. Observando a Figura 7, nota-se que apenas 10,5% afirmaram que os entregadores com os quais tiveram contato utilizavam o produto “sempre” ou “quase sempre”.

A baixa frequência no uso desses produtos pode estar associada ao aumento na demanda em razão ao crescimento de número de casos do coronavírus, de acordo com a pesquisa do Procon-PB, o preço de álcool em gel chegou a apresentar variação de 146,88% na cidade de João Pessoa-PB (PROCON PB, 2020).

Os consumidores foram questionados sobre quão confiantes os mesmos se sentiam sobre as medidas adotadas para prevenção da COVID-19 durante suas experiências com o *delivery* de alimentos, Figura 8.

Figura 8 - Nível de confiança em experiências com *delivery* de alimentos.



Fonte: Autor, 2021.

De acordo com a Figura 8, a maioria dos entrevistados se sentiram “confiantes ocasionalmente” (37,9%), enquanto os que se sentiram “confiantes raramente” e “nunca se sentiram confiantes” somam 24,2%, refletindo a insegurança da maioria dos entrevistados. Os que se sentiram “confiantes frequentemente” e “confiantes sempre” representam 37,9% da amostra. Essa parcela de pouco mais de um terço, considera

confiável a condição do serviço durante a pandemia, caracterizado pelo contato físico frequente, tendo distanciamento e uso de máscara como medidas preventivas.

### 5.3 CONSUMIDOR E SERVIÇOS PRESENCIAIS

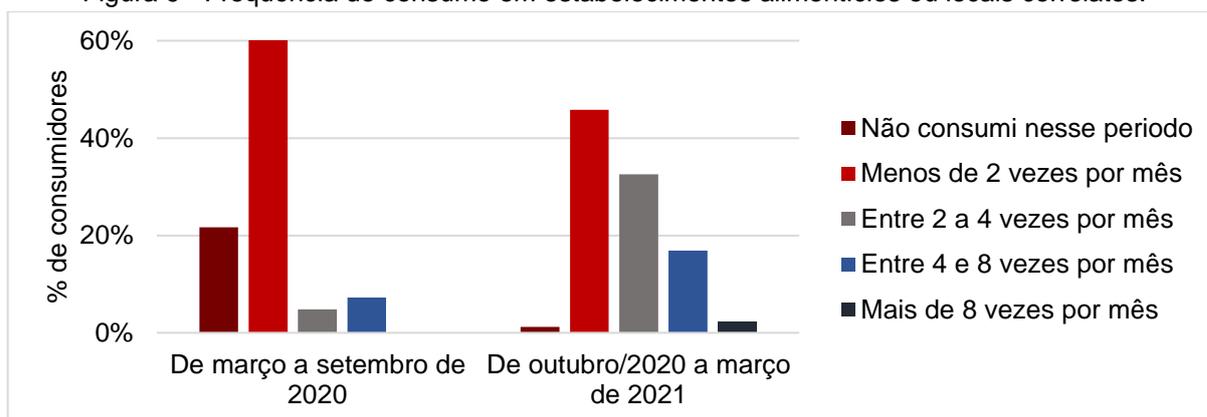
#### 5.3.1 Seleção do serviço de alimentação presencial pelo consumidor

Dos 99 participantes, 16 alegaram não ter consumido presencialmente em estabelecimentos de alimentação e correlatos, durante o período da pandemia. Sendo assim, as questões destinadas ao consumo presencial foram respondidas por 83 pessoas.

Na Figura 9, é possível ser observado a frequência no consumo em estabelecimentos de alimentação. No primeiro período (de março à setembro de 2020), o consumo em estabelecimentos foi baixo, cerca de 21,9% dos entrevistados afirmaram não ter consumido nesse período, e 65,0% alegaram ter consumido em média menos de 2 vezes por mês. Simultaneamente, o fechamento de salões de bares e restaurantes foi declarado pela prefeitura municipal de João Pessoa de acordo com o decreto nº 9.462 de 20 de março de 2020, permitindo apenas o serviço de entregas mediante a capacidade logística de cada empresa (BRASIL, 2020e). A medida foi revisada a cada quinze dias, considerando as atualizações dos casos de contaminados e óbitos do município, e apenas no final do mês de julho, com decreto nº 9.674 houve a flexibilização, onde bares e restaurantes voltaram a atender a clientela com metade de sua capacidade (BRASIL, 2020f).

No segundo período (de outubro de 2020 até março de 2021), pode-se observar o aumento na frequência de consumo presencial em restaurantes ou correlatos, já que houve aumento expressivo na quantidade de clientes que passaram a consumir entre 2 a 4 vezes por mês e entre 4 a 8 vezes por mês, totalizando quase 49,3% dos consumidores. O crescimento nesse período pode ser decorrente da flexibilização já que de acordo com o decreto nº 9.585 do dia 2 de outubro de 2020, o atendimento em estabelecimentos alimentícios foi liberado, desde que fossem seguidas as restrições de horário de funcionamento e as normas de segurança (BRASIL, 2020g).

Figura 9 - Frequência do consumo em estabelecimentos alimentícios ou locais correlatos.

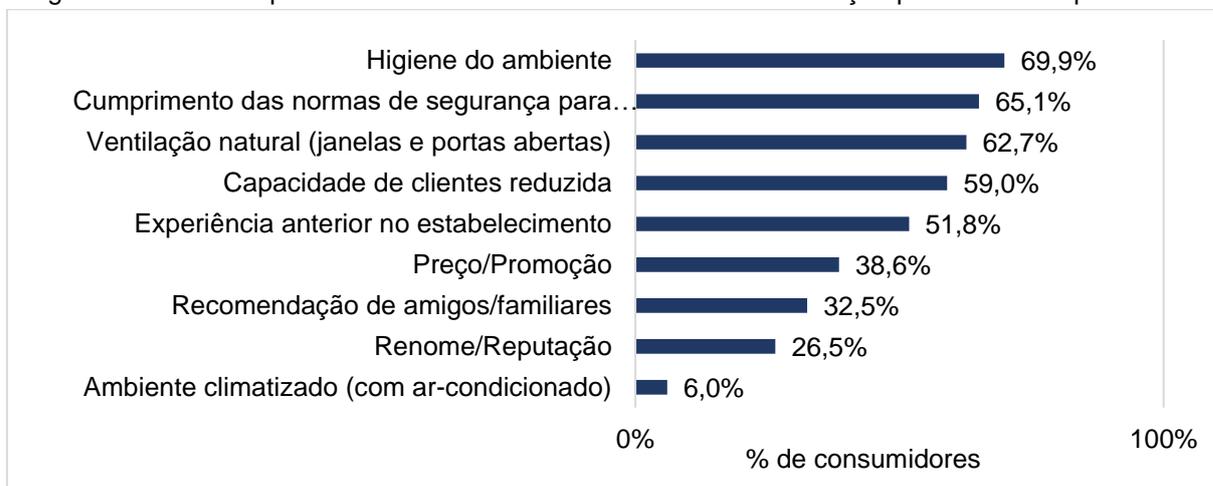


Fonte: Autor, 2021.

Para esse serviço, foram disponibilizados nove fatores para que os consumidores afirmassem a relevância de cada um no momento de selecionar um estabelecimento para realizar o consumo de alimentos. Conforme a Figura 10, o fator higiene do ambiente foi o critério mais relevante com quase 70%, seguido de cumprimento as normas de segurança para enfrentamento da COVID-19, ventilação natural e capacidade de clientes reduzida.

A higiene vem sendo um dos principais fatores na escolha de restaurantes há anos (DEFANTE, 2012; ANJOS, 2014; BITTENCOURT; BERTOLINI; RECHE, 2019). Os aspectos mais observados no ambiente do restaurante, são a higiene de banheiros, de uniformes dos manipuladores e da área de exposição dos alimentos e banheiros, uma vez que os consumidores não acessam às áreas de preparação dos alimentos.

Figura 10 - Critérios para selecionar um estabelecimento de alimentação para consumo presencial.



Fonte: Autor, 2021.

Segundo a pesquisa de Dias Junior (2020) 88% dos entrevistados declararam que as condições higiênicas aparentes são de extrema importância, e no estudo de Medeiros e Mascarenhas (2021), 47% dos respondentes passaram a priorizar estabelecimentos onde conseguem verificar que medidas de segurança e higiene estão sendo tomadas.

Com a pandemia da COVID-19, os procedimentos de limpeza e desinfecção de ambientes onde há circulação de pessoas devem ser realizados com maior frequência, principalmente dentro dos serviços de alimentação, uma vez que superfícies podem ser contaminadas por possíveis colaboradores ou clientes portadores do vírus (BRASIL, 2020c).

As normas de segurança para o enfrentamento da COVID-19 são medidas que visam preservar a saúde dos colaboradores e dos clientes. A nota técnica nº 49 orienta os serviços de alimentação como restaurantes, lanchonetes, cafés, bares entre outros, quanto as medidas que proporcionem o distanciamento social, etiqueta respiratória e higiene, essas serão comentadas mais à frente.

A garantia de uma ventilação adequada pode reduzir o risco de infecção pelo novo coronavírus (DAI; ZHAO, 2020), e foi declarada relevante para 62,6% dos entrevistados, Figura 10. De acordo com a nota técnica nº 49, a ventilação natural deve ser priorizada, mantendo portas e janelas abertas para promover boa circulação de ar (BRASIL, 2020c). No entanto, alguns estabelecimentos precisam ser climatizados, critério utilizado por apenas 6,0%, nesse caso deve-se garantir a qualidade do ar por meio da manutenção dos aparelhos de ar condicionado (BRASIL, 2020c).

Reduzir a capacidade do estabelecimento proporciona o distanciamento entre os clientes durante o consumo. A Abrasel (2020) recomendou em suas cartilhas que houvesse redução de 30% na capacidade de atendimento. Contudo os serviços de alimentação fora do lar de João Pessoa chegaram a limitar a capacidade de atendimento em 50% (BRASIL, 2020f; BRASIL, 2021).

### **5.3.2 Percepção do consumidor relativa as recomendações de biossegurança no serviço de alimentação presencial**

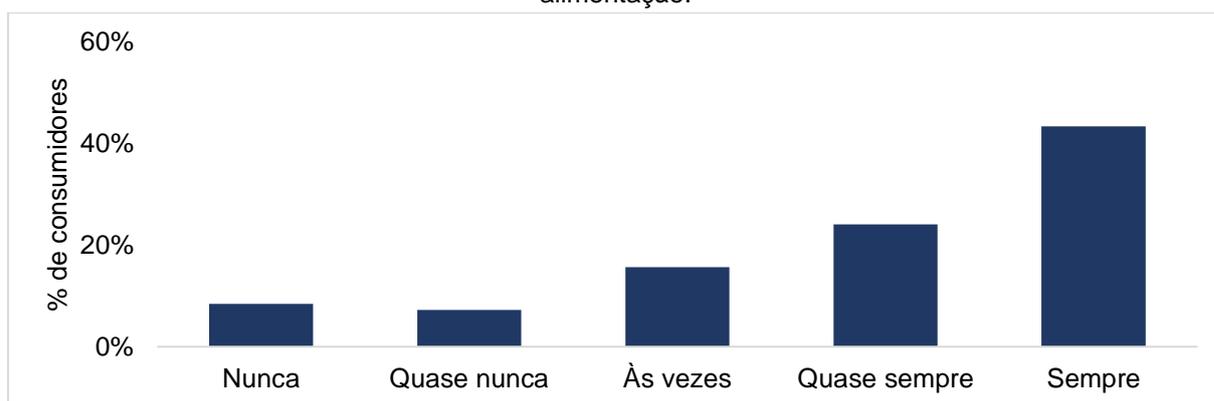
Em meio a pandemia, mesmo onde não houve a interrupção de atendimentos, devem ser realizadas medidas que reforcem o distanciamento social, a etiqueta

respiratória bem como a higiene visando a preservação da saúde dos trabalhadores e também dos clientes de restaurantes, lanchonetes, cafés, bares e demais serviços de alimentação.

A aferição de temperatura não é obrigatória, mas pode ser implementada pelos estabelecimentos para controlar a entrada de clientes que apresentem sintomas da COVID-19 (BRASIL, 2020c). A realização desse procedimento na entrada de estabelecimentos é de interesse do estabelecimento em manter a saudabilidade de seus colaboradores e dos próprios consumidores uma vez que irá compartilhar o mesmo ambiente com os demais clientes que também passaram pela aferição. O procedimento deve ser realizado com equipamentos certificados para esse fim e que não entrem em contato direto com a pele. Os termômetros infravermelhos usados na medição de temperatura corporal direcionados à testa na triagem de pessoas em estabelecimentos comerciais não emitem radiação, eles captam o calor emitido pelo corpo, logo, é inofensivo ao ser humano (ANVISA, 2020).

Observando a Figura 11, 43,4% dos consumidores relataram que sua temperatura sempre foi aferida, e 24,1% relataram que “quase sempre”, apenas 8,4% dos entrevistados que consumiram em estabelecimentos de alimentação afirmaram nunca terem sido submetidas ao procedimento.

Figura 11 - Frequência em que a temperatura foi medida na entrada dos estabelecimentos de alimentação.



Fonte: Autor, 2021.

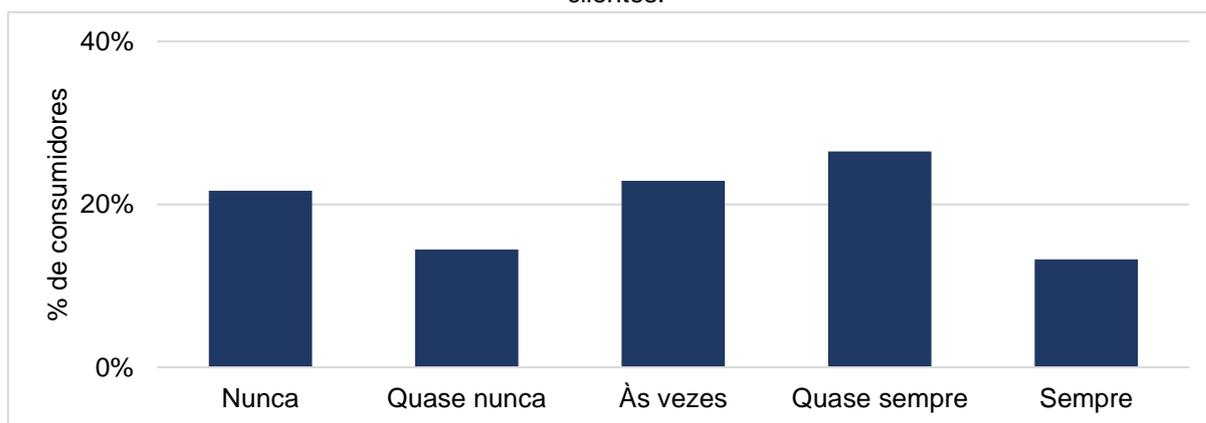
Observa-se que a tendência é que grande parte dos locais que prestam o serviço implementem a medida, visto que a mesma, além de ser preventiva pode transmitir mais credibilidade aos consumidores. Contudo, deve-se lembrar que pessoas infectadas pelo novo coronavírus podem não desenvolver sintomas como a

febre, logo, utilizar apenas a verificação de temperatura como forma de prevenção pode ser uma medida arriscada.

A utilização de máscaras de proteção individual é obrigatória em estabelecimentos comerciais, de acordo com a Lei nº 14.019, de 2 de julho de 2020 (BRASIL, 2020h). Segundo a pesquisa de Cotrin *et al.*, (2020) com brasileiros das cinco regiões do país, cerca de 99% declararam utilizar máscara, desses 34,2% afirmaram utilizar apenas pela obrigatoriedade. Assim, a nota técnica nº 49, afirma que o uso de máscaras faciais deve ser estimulado e reforçado na entrada dos estabelecimentos (BRASIL, 2020c) e devendo ser retirada apenas no momento da refeição, colocando-a novamente após o término (BRASIL, 2020f).

Conforme a Figura 12, os valores para as frequências como “nunca” e “quase nunca” somam 36,1%, com esses dados pode se considerar que parte dos consumidores estão ingressando no estabelecimento utilizando a máscara e por isso não há necessidade de intervenção do colaborador, ou ainda, que consumidores que não estão utilizando a máscara podem não estar sendo solicitados a fazer o uso da mesma. As frequências de “quase sempre” e “sempre” representam juntas 39,7%, demonstrando que parte dos consumidores que não estão utilizando a proteção estão sendo abordados pelos colaboradores do estabelecimento. Mesmo assim, pela variação dos resultados estes são inconclusivos.

Figura 12 - Frequência em que presenciou o colaborador solicitando o uso da máscara para os clientes.



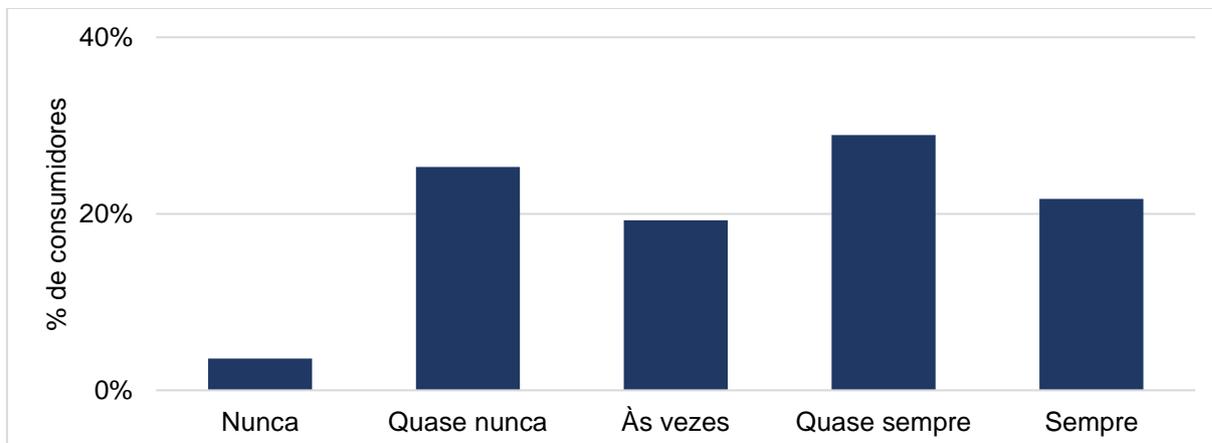
Fonte: Autor, 2021.

Em ambientes como lanchonetes, restaurantes ou correlatos, consumidores e colaboradores devem manter a distância mínima de 1 metro, para isso, os estabelecimentos podem controlar o fluxo de entrada no local, evitando aglomeração

ou impossibilidade de manutenção da distância recomendada (BRASIL, 2020c). Medidas como demarcações no chão, uso de barreiras físicas como faixas podem colaborar com distanciamento de clientes entre si e com os colaboradores em momentos de atendimento ou pagamento. A inserção de avisos e orientações em locais visíveis do estabelecimento sobre a necessidade de manter o distanciamento podem contribuir com a conscientização dos clientes (BRASIL, 2020c). A instalação de barreiras físicas impermeáveis, como acrílico ou vidro, em locais de contato próximo, como caixas ou balcões, também pode contribuir reduzindo o contágio por secreções salivares (BRASIL, 2020c).

Na Figura 13, as frequências “quase sempre” e “sempre” somam cerca de 50%, apresentando que metade dos consumidores frequentaram estabelecimentos que adotaram o uso de sinalização e barreiras. Porém, “às vezes” e “quase nunca” totalizaram 44,6%, concluindo que a medida não foi tão difundida entre os serviços de alimentação.

Figura 13 - Frequência em que o distanciamento social estava sendo indicado por sinalização ou por barreira física.

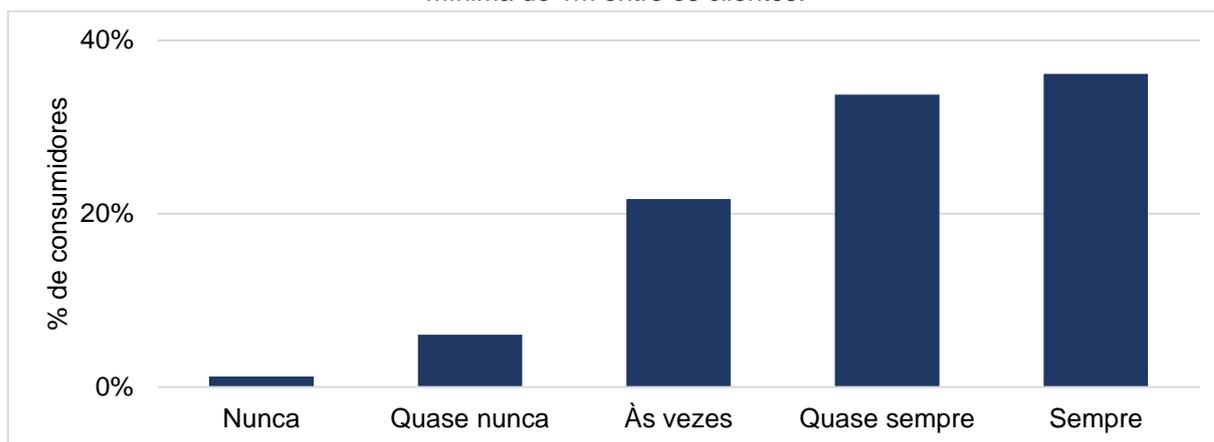


Fonte: Autor, 2021.

A organização em áreas de consumo de alimentos é uma medida que também evita a aglomeração de pessoas e permite o distanciamento. As mesas e cadeiras devem estar dispostas a fim de manter a distância segura de 1 metro entre os consumidores, caso não seja possível redistribuir a posição das mesas, algumas devem ser interditadas de forma intercalada (BRASIL, 2020c). Conforme pode ser visto na Figura 14, a maior parte dos entrevistados, pouco mais de 90% relata que a organização das mesas nos restaurantes estava “sempre”, “quase sempre” ou “às vezes” promovendo o distanciamento social entre os consumidores. Portanto, embora

poucos estabelecimentos estejam implementando barreiras e sinalização em seu ambiente, que não são obrigatórias, a maioria utiliza os recursos que já possui para garantir o distanciamento entre seus clientes e para cumprir com as orientações locais (BRASIL, 2020f).

Figura 14 - Frequência em que as mesas estavam dispostas/organizadas para manter a distância mínima de 1m entre os clientes.

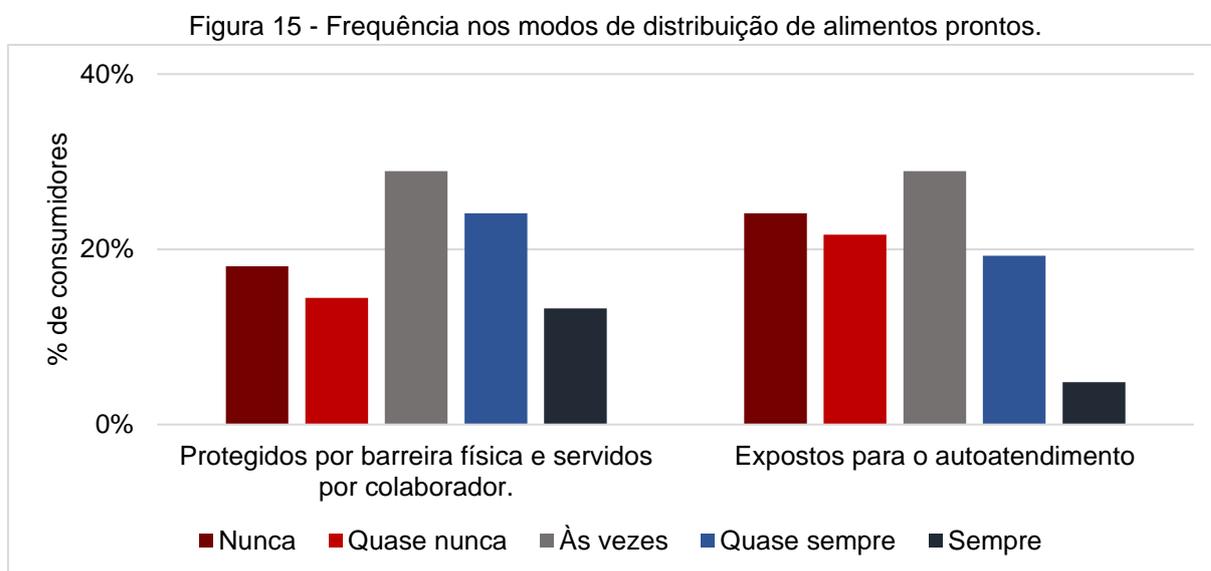


Fonte: Autor, 2021.

As barreiras físicas também podem ser aplicadas visando proteger alimentos em serviços de autoatendimento como self-service e buffets. Apesar desses serviços apresentarem vantagens para os clientes, deve ser levado em consideração a conduta inadequada dos consumidores no momento do autosserviço, como não lavar as mãos antes do procedimento (HENRIQUES *et al.*, 2014) e falar sobre as preparações distribuídas no balcão (CARVALHO *et al.*, 2012). Desde a RDC nº 216, a legislação dispõe a necessidade de barreiras de proteção em equipamentos de exposição de alimentos na área de consumo prevenindo contaminação (BRASIL, 2004). Com isso, a nota de técnica nº 49, reafirma que os alimentos precisam estar protegidos por meio de barreiras físicas, principalmente os que estão prontos para o consumo, como refeições prontas e produtos de panificação e confeitaria, que serão manuseados pelo próprio cliente (BRASIL, 2020c).

Na Figura 15, pode se observar que não houve grande variação entre as frequências em que os alimentos estavam protegidos e sendo servidos, sendo que 53,0% dos entrevistados relataram consumir em estabelecimentos que mantinham “às vezes” e “quase sempre” os alimentos protegidos por barreira física. As frequências de “nunca” e “quase nunca” para a exposição dos alimentos somam 45,8%. Sendo assim, é possível observar baixa frequência na exposição dos alimentos, o que pode

indicar que há um maior consumo em locais que oferecem outros serviços como à la carte.

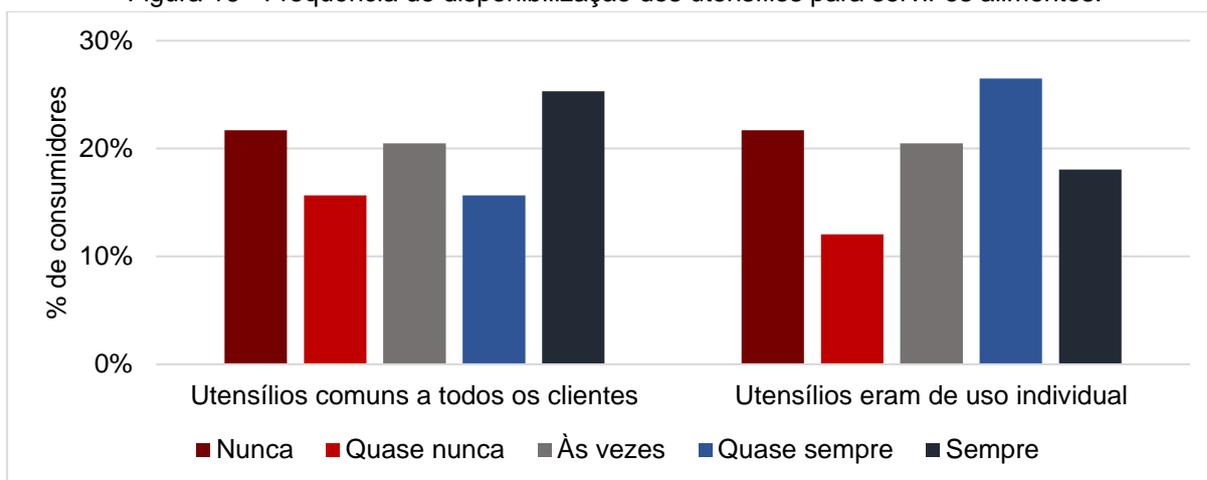


Fonte: Autor, 2021.

Caso os estabelecimentos de alimentação preservem serviços de bufê, esses devem implementar melhorias que reduzam a disseminação do vírus, como cobrir os expositores, de preferência com fechamento frontal e lateral, com protetores salivares de fácil higienização e avaliar a possibilidade de deliberar um colaborador para servir a refeição aos clientes (BRASIL, 2020c). Conforme a Figura 15, pode se notar que não houve variação na frequência em os alimentos estavam protegidos e sendo servidos por colaboradores.

O autoatendimento também pode apresentar um risco de contaminação ao consumidor pelo compartilhamento de utensílios (PEDROSO *et al.*, 2018). De acordo com a Figura 16, as frequências nos modos de utilização dos utensílios não apresentaram variação conclusiva. Possivelmente, isso deve a grande variação entre os tipos de serviços de alimentação oferecidos na cidade e a variação entre os tipos de serviços que um mesmo entrevistado consumiu durante os períodos estudados na pesquisa.

Figura 16 - Frequência de disponibilização dos utensílios para servir os alimentos.

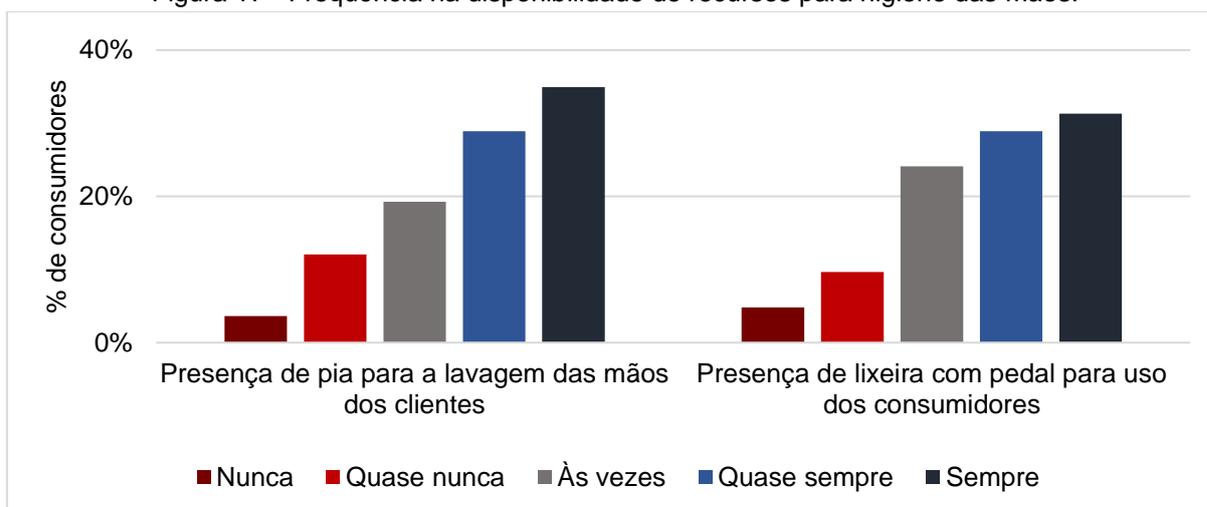


Fonte: Autor, 2021.

Nesse caso a Associação Nacional de Restaurantes, alega que se deve trocar constantemente os utensílios usados, como pegadores, colheres, conchas, etc. esses itens devem retirados por um colaborador que esteja com luvas e serem lavados e desinfetados adequadamente (ANR, 2020). A nota técnica nº 49 estimula a higienização com álcool 70% dos utensílios e equipamentos compartilhados pelos clientes, ao final de cada atendimento, e orienta que os consumidores higienizem as mãos antes e após de seu uso. Os estabelecimentos devem dispor de pias destinadas aos consumidores, fornecida de água corrente, sabão neutro e toalhas descartáveis ou outros secadores de mãos adequadas. A nota técnica nº 49 ainda prevê que ao lado da pia destinada a lavagem das mãos deve ser fixado *dispensers* de álcool 70% em gel, juntamente com orientações sobre correta lavagem de mãos e uso do álcool, além de disponibilizar lixeiras de pedal evitando o contato com as mãos (BRASIL, 2020c).

Quando perguntados sobre a disponibilização de pias para a lavagem de mãos, quase 64% dos entrevistados responderam que “sempre” e “quase sempre”, e apenas 15,6% relataram “nunca” ou “quase nunca” possui a instalação para realizar a higienização. Com relação a disponibilização de lixeiras com acionamento por pedal, 60,2% dos entrevistados responderam ter “sempre” e “quase sempre”, “às vezes” obteve 24,1% das respostas e não apresentou diferença significativa nas frequências de maior disponibilidade.

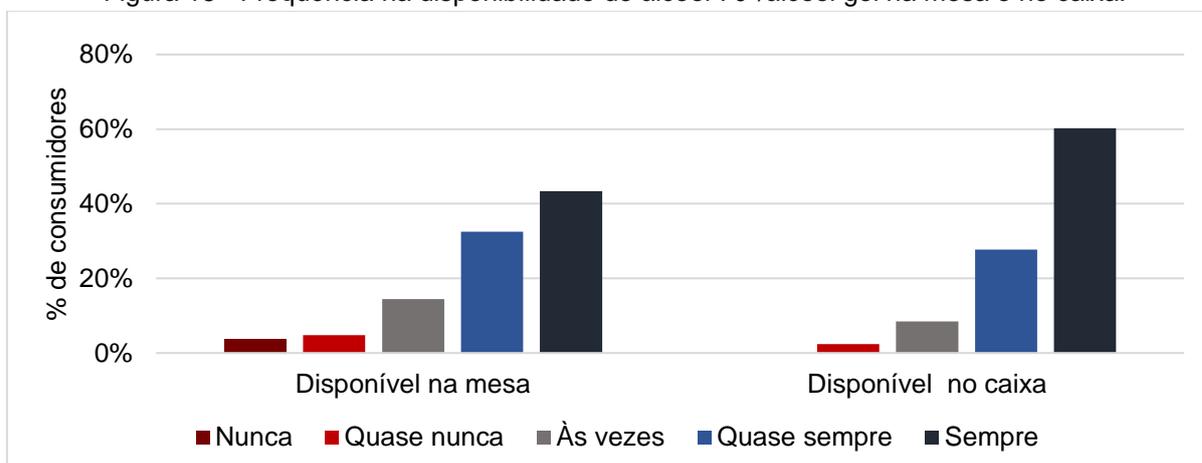
Figura 17 - Frequência na disponibilidade de recursos para higiene das mãos.



Fonte: Autor, 2021.

A disposição de *dispensers* de álcool 70% ou em gel também deve ser realizada em locais estratégicos do estabelecimento a fim de estimular a higienização das mãos entre procedimentos (BRASIL, 2020c). Conforme apresentado na Figura 18, cerca de 75% dos entrevistados alegaram que os estabelecimentos disponibilizavam o produto sobre as mesas “sempre” e “quase sempre”, respectivamente.

Figura 18 - Frequência na disponibilidade de álcool 70%/álcool gel na mesa e no caixa.



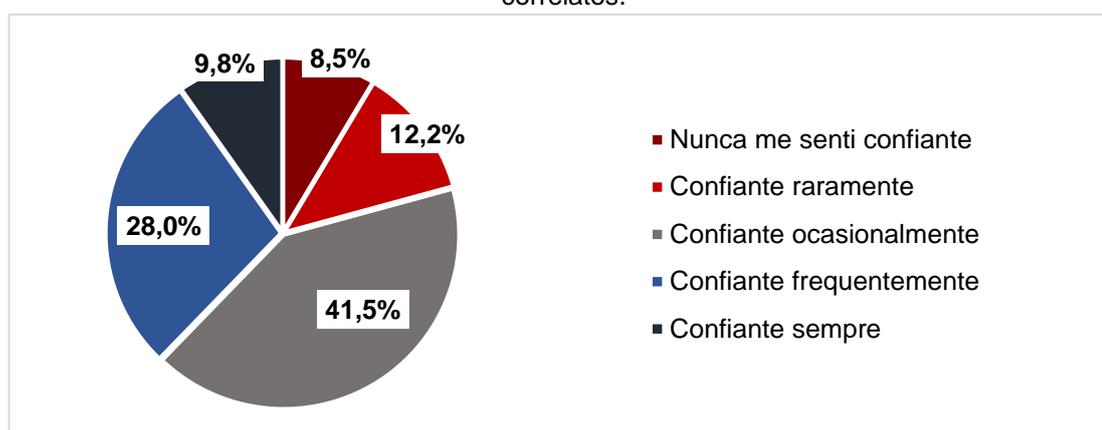
Fonte: Autor, 2021.

Também é recomendado estimular o uso de meios de pagamento que exijam menor manuseio, bem como fornecer ao cliente álcool gel ou pias próximas aos caixas, possibilitando a higiene das mãos após o pagamento (BRASIL, 2020c). Quase 90% dos consumidores entrevistados afirmaram que “sempre” e “quase sempre” havia álcool ou álcool em gel nos locais de pagamento dos estabelecimentos, Figura 18.

Portanto, a maioria dos estabelecimentos estão oferecendo condições para que os consumidores realizem a lavagem adequada das mãos, e as mantenham higienizadas durante a permanência no estabelecimento, reduzindo o risco de contaminação pelo vírus e demais microrganismos.

A Figura 19, apresenta os níveis de confiança que os entrevistados alegaram sentir sobre as medidas adotadas para prevenção da COVID-19 durante as experiências presenciais em estabelecimentos de alimentação e correlatos. A maior parcela dos entrevistados (41,5%) afirmou se sentir “confiante ocasionalmente”, 37,8% se sentiram “confiantes frequentemente” ou “confiantes sempre”, e apenas 20,7% afirmou que “nunca se sentiu confiante” ou que se sentiu “confiante raramente”.

Figura 19 - Nível de confiança em experiências presenciais em estabelecimentos de alimentação e correlatos.



Fonte: Autor, 2021.

Na pesquisa realizada por Sangard e Souza (2020), no período da pandemia, 58,3% dos consumidores afirmaram preferir ir até o estabelecimento, contra 41,7% que preferiam pedir comida pelo *delivery*. Logo, consumir presencialmente em estabelecimentos de alimentação pode não estar sendo interpretada como uma ação de risco pelos consumidores.

De acordo com Glaeser *et al.*, (2020), o efeito da flexibilização é entendido pelos consumidores como um sinal de que comer fora é seguro novamente, o que desencadeia uma resposta positiva do consumidor à reabertura de restaurantes. Essa evidência ressalta a importância das decisões dos governos, bem como a influência da comunicação e posicionamento de líderes de estado (PERRUCHO, 2020; GLAESER, *et al.*, 2020). Por exemplo, o número de casos de COVID-19 confirmados por milhão de pessoas do Brasil é quase dobro da Alemanha, a qual adotou atitudes

cautelosas e baseadas em recomendações médicas desde o início da pandemia (DONG, DU, GARDNER, 2021; PERRUCHO, 2020).

Os meios de comunicação também podem exercer influência nos consumidores sobre o risco de transmissão e contaminação da COVID-19. A ampla divulgação de pesquisas científicas relacionadas a pandemia em telejornais, rede sociais e outros veículos de informação, físicos e online, vêm sendo constante (GOMES FILHO; OLIVEIRA, 2020). Logo, de acordo a exposição do tipo de conteúdo, o consumidor pode desenvolver a percepção de risco, resultando em um comportamento preventivo em restaurantes (SUNG, *et al.*, 2021).

## 6 CONCLUSÃO

O setor de alimentação sofreu modificações devido à pandemia do novo coronavírus. Os estabelecimentos de alimentação precisaram se adaptar aos momentos de restrições, alterando seus serviços e investindo ainda mais no *delivery*, que vinha crescendo muito nos últimos anos e se tornou uma alternativa mais segura no momento atual de prevenção à COVID-19.

Os consumidores também tiveram suas rotinas alteradas e permaneceram, dentro do possível, em isolamento social, o que acarretou modificações em seu estilo de vida, incluindo o hábito alimentar.

De acordo com 75% dos respondentes houve o aumento no consumo de serviços de *delivery* devido a pandemia. A frequência no consumo do serviço também cresceu no segundo período de estudo - de outubro/2020 a março 2021 - em relação ao primeiro período estudado - de março a setembro de 2020. Os critérios considerados relevantes por mais de 60% dos consumidores consistiram em fatores relacionados ao preço (preço e taxa de entrega) e ao tipo do alimento (sabor).

Cerca de 40% dos entrevistados afirmaram terem se sentido confiantes sempre ou frequentemente ao utilizarem o serviço de *delivery*. Era esperado que esse serviço conferisse maior confiabilidade uma vez que apresenta menor interação física, devido à natureza do próprio serviço, contudo, as condições em que o serviço vem sendo realizado podem não estar atendendo as expectativas. O *delivery* apresentou um baixo grau de implementação de medidas de prevenção da COVID-19, e de acordo com os entrevistados, o distanciamento social, o uso das máscaras e o pagamento antecipado foram as medidas preventivas realizadas com maior frequência.

Os entrevistados apresentaram uma resposta positiva à reabertura dos estabelecimentos com atendimento presencial, apresentando alta frequência de consumo no segundo período do estudo. Os critérios mais utilizados para selecionar estabelecimentos para consumo presencial foram a higiene e o cumprimento das medidas preventivas, ambos considerados relevantes por mais de 65% dos respondentes. Nos estabelecimentos, a adoção de medidas como aferição de temperatura, distanciamento seguro entre as mesas, disposição de pia para lavagem das mãos e disposição de álcool 70º/álcool em gel, puderam ser presenciadas frequentemente nos estabelecimentos.

Semelhante aos serviços de *delivery*, quase 40% dos entrevistados estavam confiantes em consumir em restaurantes ou correlatos, onde há maior vulnerabilidade. Esse nível de confiança pode estar relacionado à observação da alta implementação de ações preventivas, ou devido a fatores que diminuem a percepção de risco do consumidor, como a exposição a informações enganosas, sem embasamento científico, ou por influência de decisões equivocadas de líderes de estado.

Diante do exposto, sob ótica do consumidor, foi possível identificar que a pandemia impactou de forma considerável as condições de serviço dos estabelecimentos alimentícios, tanto físicos quanto para o *delivery*. Além disso, o comportamento do consumidor e seus critérios para utilizar os serviços de alimentação também sofreram influência significativa.

Considerando as limitações de amostragem do estudo, sugere-se que pesquisas futuras sejam realizadas com uma amostra estatística, visando representar com dados significativos e específicos, o comportamento de consumo, bem como as circunstâncias da prestação de serviços do ramo alimentício na cidade de João Pessoa. Realizar o acompanhamento desses aspectos futuramente irá contribuir para verificar se comportamentos e medidas serão consolidados no setor de alimentação.

## REFERÊNCIAS

- ABRASEL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. **Em crise por causa da pandemia, restaurantes viram reféns de aplicativo**. 2021. Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/em-crise-por-causa-da-pandemia-restaurantes-viram-refens-de-aplicativo/>. Acesso em: 29 mar. 2021.
- ALCANTRA, F. B. *et al.* A influência dos aplicativos de delivery de alimentos no hábito alimentar na região da grande São Paulo – SP. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, São Paulo, v. 13, n. 2, 2021. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/6429>. Acesso em: 21 jun. 2021.
- ALENCAR A. P. *et al.* Detecção de microrganismos em caixas de delivery à luz da coloração Gram. **Brazilian Journal of health Review**, Curitiba, v. 3, n. 3, p. 4890-4899, 2020. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/view/10413>. Acesso em: 25 jun. 2021.
- ANR – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES, 2020. **Informações e recomendações sobre coronavírus para serviços de alimentação**. Disponível em: <https://anrbrasil.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Guia-ANR.pdf>. Acesso em: 25 maio 2021.
- ARANHA, F. Q. *et al.* Changes in food service due to COVID-19 pandemic. **Revista de Alimentação e Cultura das Américas**, v. 2, n. 2, p. 252-267, 2020. Disponível em: <https://raca.fiocruz.br/index.php/raca/article/view/96>. Acesso em: 10 maio 2021.
- ARORA, T. GREY, I. Health behaviour changes during COVID-19 and the potential consequences: A mini-review. **Journal of Health Psychology**, v. 25, n. 9, p. 1155-1163, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1359105320937053>. Acesso em: 30 maio 2021.
- AVELAR, A. E. S. **Fatores de influência no consumo em alimentos e alimentação fora do lar**. 2010. 142 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de pós-graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2010. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/jspui/bitstream>. Acesso em: 30 jun. 2021.
- BEAM, C. R. KIM, A. J. Psychological Sequelae of Social Isolation and Loneliness Might Be a Larger Problem in Young Adults Than Older Adults. **American Psychological Association**, v. 12, n. S1, p.S58-S60, 2020. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2020-41443-001>. Acesso em: 10 abr. 2021.
- BELTRÃO, L. B. de A. **Análise dos serviços de delivery de hambúrgueres artesanais via aplicativo na Universidade Federal Rural de Pernambuco**. 2019. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gastronomia) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufrpe.br/handle/123456789/2113>. Acesso em: 10 mar. 2021.

BEZZERA, A. C. V. *et al.* Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 25, supl. 1, p. 2411-2421, 2020. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32520286/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BOTELHO, L. V. CARDOSO, L. O. CANELLA, D. S. COVID-19 e ambiente alimentar digital no Brasil: reflexões sobre a influência da pandemia no uso de aplicativos de delivery de comida. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 11, p. 1-5, 2020. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2020001100501&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2020001100501&tlng=pt) . Acesso em: 21 fev. 2021.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Nota Técnica Nº 47 de 03 de junho de 2020a**. Ementa: Uso de luvas e máscaras em estabelecimentos da área de alimentos no contexto do enfrentamento ao Covid-19. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/arquivos-noticias-anvisa/310json-file-1>. Acesso em: 27 de fev. de 2021.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Nota Técnica Nº 48 de 05 de junho de 2020b**. Ementa: Documento orientativo para produção segura de alimentos durante a pandemia de Covid-19. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/arquivos-noticias-anvisa/311json-file-1>. Acesso em: 27 de fev. de 2021.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Nota Técnica Nº 49 de 02 de junho de 2020c**. Ementa: Orientações para os serviços de alimentação com atendimento direto ao cliente durante a pandemia de Covid-19. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/arquivos-noticias-anvisa/312json-file-1>. Acesso em: 27 de fev. de 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde, **Portaria nº 188 de 3 de fevereiro de 2020d**. Declara Emergência em Saúde Pública de importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo novo Coronavírus (2019-nCoV). Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-188-de-3-de-fevereiro-de-2020-241408388> Acesso em: 3 mar. 2021

BRASIL. **Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004**. Dispõe sobre o regulamento técnico de procedimentos de Boas Práticas para serviços de alimentação a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado. Brasília. Disponível em: [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0216\\_15\\_09\\_2004.html](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0216_15_09_2004.html). Acesso em: 1 de mar. de 2021.

BRASIL. **Decreto nº 9.462, de 20 de março de 2020e**. Define outras medidas para o enfrentamento da pandemia decorrente do novo Coronavírus e dá outras providências. João Pessoa: Seminário Oficial, ano 2020, n. especial, p. 1-1, 20 mar. 2020. Disponível em: [http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/03/2020\\_Edi%C3%A7%C3%A3o\\_Especial\\_20-03.pdf](http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/03/2020_Edi%C3%A7%C3%A3o_Especial_20-03.pdf). Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 9.674, de 24 de julho de 2020f**. Estabelece novas medidas de enfrentamento e prevenção à epidemia causada pela COVID-19 (NOVO CORONAVÍRUS) no município de João Pessoa, e dá outras providências. João Pessoa: Seminário Oficial, ano 2020, n. especial, p. 1-1, 24 jul. 2020. Disponível em: [http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/07/2020\\_Ed\\_Especial\\_24-07.pdf](http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/07/2020_Ed_Especial_24-07.pdf). Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 9.585, de 2 de outubro de 2020g**. Estabelece novas medidas de enfrentamento e prevenção à epidemia causada pela COVID-19 (NOVO CORONAVÍRUS) no município de João Pessoa, e dá outras providências. João Pessoa: Seminário Oficial, ano 2020, n. especial, p. 1-1, 2 out. 2020. Disponível em: [http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/10/2020\\_Edi%C3%A7%C3%A3o\\_Especial\\_02-10.pdf](http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2020/10/2020_Edi%C3%A7%C3%A3o_Especial_02-10.pdf). Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 9.674, de 26 de janeiro de 2021**. Estabelece novas medidas de enfrentamento e prevenção à epidemia causada pela COVID-19 (NOVO CORONAVÍRUS) no município de João Pessoa, e dá outras providências. João Pessoa: Seminário Oficial, ano 2021, n. especial, p. 1-2, 26 jan. 2021. Disponível em: [http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2021/01/2021\\_Edi%C3%A7%C3%A3o\\_Especial\\_29\\_01.pdf](http://antigo.joaopessoa.pb.gov.br/portal/wp-content/uploads/2021/01/2021_Edi%C3%A7%C3%A3o_Especial_29_01.pdf). Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 14.019, de 2 de julho de 2020h**. Dispõe sobre a obrigatoriedade do uso de máscaras de proteção individual. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ed. 126, p.1-2, 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.019-de-2-de-julho-de-2020-264918074>. Acesso em: 8 jun. 2021.

CARVALHO, R. D. *et al.* A conduta dos consumidores em restaurantes self servisse institucional correlacionada à segurança dos alimentos. **Enciclopédia Biosfera**, Goiânia, v. 8, n. 15, p. 2321-2333, 2012. Disponível em: <https://www.conhecer.org.br/enciclop/2012b/multidisciplinar/a%20conduta.pdf>. Acesso em: 23 maio 2021.

CHAGAS, L. K. F. *et al.* Distribuição espacial da COVID-19 no estado da Paraíba: uma associação com a densidade demográfica. **Saúde Coletiva**, Barueri, v. 10, n. 56, p. 3336-3351, 2020. DOI: 10.36489/saudecoletiva.2020v10i56p3336-3351. Disponível em: <http://revistas.mpmcomunicacao.com.br/index.php/saudecoletiva/article/view/916>. Acesso em: 30 jun. 2021.

CHIN, A. W. H. *et al.* Stability of SARS-CoV-2 in different environmental conditions. **The Lancet Microbe**, v. 1, ed. 1, 2020. Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lanmic/article/PIIS2666-5247\(20\)30003-3/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanmic/article/PIIS2666-5247(20)30003-3/fulltext). Acesso em: 1 mar. 2021.

CORONAVÍRUS (COVID-19): Um painel interativo baseado na web para rastrear COVID-19 em tempo real. Fonte: Universidade de Johns Hopkins. Disponível em: <https://news.google.com/topics/CAAqJggKliBDQkFTRWdvSkwyMHZNREZqY0hsNU>

VnVndkQzFDVWInQVAB?hl=pt-BR&gl=BR&ceid=BR%3Apt-419. Acesso em: 24 maio 2021.

COSTA, F. P. G. OPPITZ, R. **Plano de marketing para uma hamburgueria delivery na cidade de Florianópolis/SC**. 2021. 105f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/223154>. Acesso em: 21 maio 2021.

COTRIN, P. *et al.* The Use of Facemasks During the COVID-19 Pandemic by the Brazilian Population. **Journal of Multidisciplinary Healthcare**, v. 13, p. 1169–1178, 2020. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7585273/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

DAI, H. ZHAO, B. Associação da probabilidade de infecção de COVID-19 com taxas de ventilação em espaços confinados. **Building Simulation**. v. 13, n. 6, p. 1321-1327, 2020. Disponível: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12273-020-0703-5#citeas>. Acesso em: 23 maio 2021.

DALVI, B. M. MELLO, J. S. **A influência dos aplicativos de delivery na comensalidade e nos hábitos alimentares em tempos de distanciamento social**. 2020. 27f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/14435>. Acesso em: 29 maio 2021.

DEFANTE, L. R. *et al.* Influência da higiene na escolha de restaurantes comerciais pelos consumidores. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.3, n.3, p.56-69, 2012. Disponível em: Acesso em: 29 maio 2021. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/269813754\\_Influencia\\_da\\_higiene\\_na\\_escolha\\_de\\_restaurantes\\_comerciais\\_pelos\\_consumidores](https://www.researchgate.net/publication/269813754_Influencia_da_higiene_na_escolha_de_restaurantes_comerciais_pelos_consumidores). Acesso em: 29 maio 2021.

DURÃES, S. A. *et al.* de. Implicações da pandemia da covid-19 nos hábitos alimentares. **Revista Unimontes Científica**, Montes Claros, v. 22, n. 2, p. 1-20, 2021. Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). <http://dx.doi.org/10.46551/ruc.v22n2a09>. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/unicientifica/article/view/3333>. Acesso em: 21 fev. 2021.

FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz. **Quais as orientações para higienização de alimentos para prevenir a Covid-19?**. 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/pergunta/quais-orientacoes-para-higienizacao-de-alimentos-para-prevenir-covid-19>. Acesso em: 22 maio 2021.

FORC. **COMUNICAÇÃO E PREVENÇÃO DA COVID-19: Papel dos alimentos e da proteção individual**. 2020. Disponível em: <https://www.especialcovid19forc.net.br/wp-content/uploads/2020/09/Pesquisa-coronav%C3%ADrus-alimentos-Resultados-finais.pdf>. Acesso em: 10 de jun. 2021.

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2021.

GLAESER, E. L. *et al.* Learning from deregulation: the asymmetric impact of lockdown and reopening on risky behavior during covid-19. **Journal of Regional Science**, 2020. No prelo. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jors.12539>. Acesso em: 4 jul. 2021.

GOMES FILHO, A. S. OLIVEIRA, G. F. A Pandemia do novo Coronavírus (COVID-19) e a Divulgação da Ciência no Brasil. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v. 14, n. 50, p. 509-512. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/2459>. Acesso em: 4 jul. 2021.

GONÇALVES, M. R. *et al.* Distanciamento social, uso de máscara e a transmissão de SARS-CoV-2: um estudo de caso-controle com base na população. **Emerging Infectious Diseases journal**, Pelotas, v. 27, n. 8, 2021. Disponível em: [https://wwwnc.cdc.gov/eid/article/27/8/20-4757\\_article#suggestedcitation](https://wwwnc.cdc.gov/eid/article/27/8/20-4757_article#suggestedcitation). Acesso em: 21 jun. 2021.

HENRIQUES, P. *et al.* Atitudes de usuários de restaurante “self-service”: um risco a mais para a contaminação alimentar. **Cadernos Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 266-274, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/CLPQKWWKLfzZKHxghxYX6qn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 maio 2021.

IBGE. **João Pessoa (PB) | Cidades e Estados**. 2021. Disponível: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/joao-pessoa.html>. Acesso em: 20 jun. 2021.

IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares, 2017-2018: primeiros resultados**. 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101670.pdf>. Acesso em: 28 de fev. de 2021.

IMRAN, N. *et al.* Psychological burden of quarantine in children and adolescents: A rapid systematic review and proposed solutions. **Pakistan Journal of Medical Sciences**, v. 36, n. 5, 2020. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7372688/>. Acesso em: 10 abr. 2021.

JOÃO PESSOA. **Painel COVID-19**. 2021. Disponível em: <https://experience.arcgis.com/experience/3be82460176d4046b0c827d4d65e81a4>. Acesso em: 10 maio 2021.

LIMA, E. R. *et al.* Implications of the COVID-19 pandemic in brazilian food habits: integrative review Implicaciones de la pandemia del COVID-19 en los hábitos alimentarios brasileños: revisió n integrativa. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 4, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/14125>. Acesso em: 29 maio 2021.

MAGYAR, A. **Observatório de Síndromes Respiratórias (OBSRUFPB) do Departamento de Estatística Mostra que João Pessoa tem a Maior Taxa de Contaminação por Covid-19 entre as Capitais do Nordeste | CCEN UFPB**. 2021. Disponível em: <http://www.ccen.ufpb.br/ccen/contents/noticias>. Acesso em: 8 jun. 2021.

MANTAU, A. HATTULA, S. BORNEMANN, T. Individual determinants of emotional eating: A simultaneous investigation. **Appetite**, v. 130, p. 93-103, 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666318300874>. Acesso em: 29 maio 2020.

MALTA, D. C. *et al.* La pandemia de COVID-19 y los cambios en el estilo de vida de los adultos brasileños: un estudio transversal, 2020. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, Brasília, v. 29, n. 4, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1679-49742020000400026>. Acesso em: 21 fev. 2021.

MATTIOLI, A. V. *et al.* Obesity risk during collective quarantine for the COVID-19 epidemic. **Obesity Medicine**, v. 20, 2020. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7282788/>. Acesso em: 21 maio 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE, MS. **Coronavírus**: Como é transmitido? 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/como-e-transmitido>. Acesso em: 29 mar. 2021.

MIRANDA, L. *et al.* O ENFRENTAMENTO DA COVID-19 NOS TERRITÓRIOS POPULARES: Monitoramento das políticas de enfrentamento da pandemia. Núcleo Paraíba. 2020. Disponível em: [https://www.observatoriodasmetrolopol.net.br/wp-content/uploads/2020/07/Dossi%C3%AA-N%C3%BAcleo-Para%C3%ADba\\_An%C3%A1lise-Local\\_Julho-2020.pdf](https://www.observatoriodasmetrolopol.net.br/wp-content/uploads/2020/07/Dossi%C3%AA-N%C3%BAcleo-Para%C3%ADba_An%C3%A1lise-Local_Julho-2020.pdf). Acesso em: 28 maio 2021.

MUHAMMAD, A. S. *et al.* COVID-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. **Journal of Advanced Research**, v. 24 p. 91-98, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2090123220300540>. Acesso em: 21 maio 2021.

NOGUEIRA, K. W. A. S. Mapeamento da COVID-19 no estado da Paraíba: Elementos para a espacialização e análise em ambiente SIG. **Metodologias e Aprendizado**, v. 3, p. 24–39, 2020. Disponível em: <https://publicacoes.ifc.edu.br/index.php/metapre/article/view/1301>. Acesso em: 30 jun. 2021

OLAIMAT, A. N. *et al.* Food Safety during and after the era of Covid-19 pandemic. **Frontiers in Microbiology**, v.11, 2020. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.3389/fmicb.2020.01854>. Acesso em: 27 fev. 2021.

OMS, Organização Mundial da Saúde. **Coronavírus da síndrome respiratória do Oriente Médio (MERS-CoV)**, 2021. Disponível em: [https://www.who.int/health-topics/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-mers#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-mers#tab=tab_1). Acesso em: 28 abr. 2021.

OPAS/OMS – Organização Pan-Americana de Saúde/Organização Mundial da Saúde. **OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia. 2020.** Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

PEÇANHA, T. *et al.* Social isolation during the COVID-19 pandemic can increase physical inactivity and the global burden of cardiovascular disease. **American Journal of Physiology-Heart and Circulatory Physiology**, v. 318, n. 6, p. 1441–1446, 2020. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32412779/>. Acesso em: 3 maio 2021.

PEDROSO, D. L. *et al.* Análise da higienização de mãos e dos utensílios de servir em uma Unidade de Alimentação e Nutrição do Vale do Paranhana. *in*: ENPEX 2018 - SALÃO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 8., 2018. Canoas. **Resumo** [...]. Canoas: Instituto Federal Rio Grande do Sul, 2019. Trabalho. Disponível em: <http://enpex.canoas.ifrs.edu.br/enpex/article/view/611>. Acesso em: 20 jun. 2021.

PERRUCHO, G. L. **Comunicação governamental em época de pandemia.** 2020. 35 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação) – Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2020. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/27166/1/2020\\_GiovanaLourencoPerrucho\\_tcc.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/27166/1/2020_GiovanaLourencoPerrucho_tcc.pdf). Acesso: 4 jul. 2021.

PIGATTO, G. *et al.* Você escolheu seu pedido? Análise de empresas de entrega de comida online no Brasil. **British Food Journal**, v. 119, n. 3, p. 639-657, 2017. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-05-2016-0207/full/html>. Acesso em: 15 mar. 2021.

PROCON PB. **Pesquisa do PROCON-PB, realizada na grande João Pessoa, revela variação de 146,88% no preço do álcool em gel.** 2020. Disponível em: <https://procon.pb.gov.br/noticias/pesquisa-do-procon-pb-realizada-na-grande-joao-pessoa-revela-variacao-de-146-88-no-preco-do-alcool-em-gel>. Acesso em: 26 jun. 2021.

PRODANOV, C. C. FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: [https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod\\_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf](https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf). Acesso em: 15 jul. 2021.

REDE ABRASEL, **Pesquisa Sebrae e Abrasel - Situação e perspectivas do setor de alimentação fora do lar**, 2 ed. 2020. Disponível em: [https://redeabrasel.abrasel.com.br/read-blog/187\\_pesquisa-sebrae-e-abrasel-situacao-e-perspectivas-do-setor-de-alimentacao-fora-d.html](https://redeabrasel.abrasel.com.br/read-blog/187_pesquisa-sebrae-e-abrasel-situacao-e-perspectivas-do-setor-de-alimentacao-fora-d.html). Acesso em: 10 maio 2021.

RIBEIRO-SILVA, R. C. *et al.* Implicações da pandemia COVID-19 para a segurança alimentar e nutricional no Brasil. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 25, n. 9, p. 3421-

3430, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csc/a/mFBrPHcbPdQCPdsJYN4ncLy/?lang=pt>. Acesso em: 29 maio 2021.

TAVELLA, A. **Boas práticas de fabricação para serviços de alimentação**. São Paulo: Senai-Sp Editora, 2018. 80 p. Disponível em:

[https://www.google.com.br/books/edition/Boas\\_pr%C3%A1ticas\\_de\\_fabrica%C3%A7%C3%A3o\\_para\\_serv/xp1GDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&kptab=overview](https://www.google.com.br/books/edition/Boas_pr%C3%A1ticas_de_fabrica%C3%A7%C3%A3o_para_serv/xp1GDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&kptab=overview). Acesso em: 10 mar. 2021.

SANGLARD, G. R. L. **Impacto da covid-19 no serviço de entrega em domicílio (delivery) na região de Manhuaçu (MG)**. 2020. 23 f. Trabalho de Conclusão de

Curso (Graduação em Administração) - Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu, MG, Manhuaçu, 2020. Disponível em:

<http://www.pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/repositoriottcc/article/view/2502>. Acesso em: 20 jun. 2021.

SANTOS, M. O. Comida como afeto, conforto e refúgio: entendendo o ato de comer em tempos de pandemia. **Revista de Alimentação e Cultura Das Américas**, v. 2, n. 2, p 135–150, 2020. Disponível em:

<https://raca.fiocruz.br/index.php/raca/issue/view/4>. Acessado: 15 jun. 2021.

SILVA, T. C. **Estratégias de marketing digital voltadas a comercialização de alimentos: uma análise do perfil do consumidor de aplicativos de fast food**.

2020. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro Universitário de Anápolis, UniENVANGÉLICA, Anápolis, 2020. Disponível:

<http://repositorio.aee.edu.br/handle/aee/9394>. Acesso em: 20 jun. 2021.

SILVEIRA, D. **Brasileiros estão comendo mais fora de casa e consumindo mais alimentos prontos, diz IBGE**. 2019. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/10/04/brasileiros-estao-comendo-mais-fora-de-casa-e-consumindo-mais-alimentos-prontos-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 30 mai. 2021.

SUNG, Y. K. HU, H. H. S. KING, B. Restaurant preventive behaviors and the role of media during a pandemic, **International Journal of Hospitality Management**, v. 95, n. 102.906, 2021. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921000499>. Acesso em: 25 jun. 2021.

VAN DOREMALEN, N. *et al.* Aerosol and Surface Stability of SARS-CoV-2 as

Compared with SARS-CoV-1. **New England Journal Of Medicine**, v. 382, n. 16, p. 1564-1567, 2020. Disponível em: <https://www.nejm.org/doi/10.1056/NEJMc2004973>.

Acesso em: 1 mar. 2021.

VERGARA-CASTAÑED, A. *et al.* Cambios en el comportamiento alimentario en la era del COVID-19. **Relais**, v. 3, n. 1, p 27-30, 2020. Disponível em:

<http://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/view/2637>. Acesso em: 28 jun. 2021.

YÉPIZ-GÓMEZ, M. S. GERBA, C. P. BRIGHT, K. R. Survival of Respiratory Viruses on Fresh Produce. **Food Environ**, v. 5, n. 3, p.150-156, 2013. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23681671/>. Acesso em: 3 maio 2021.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - Perfil e percepções de clientes de serviços de alimentação – PPCSA

1. Qual seu gênero?
  - Feminino
  - Masculino
  - Outro
  
2. Qual a sua faixa etária?
  - Entre 18 e 24 anos
  - Entre 25 e 30 anos
  - Entre 31 e 40 anos
  - Entre 41 e 50 anos
  - Entre 51 e 60 anos
  - 61 anos ou mais
  
3. Em qual faixa se encontra sua renda familiar?
  - Menos de 1 salário mínimo
  - Entre 1 e 3 salários mínimos
  - Entre 4 e 6 salários mínimos
  - Entre 7 e 9 salários mínimos
  - 10 salários mínimos ou mais
  
4. Qual seu nível de escolaridade?
  - Sem escolaridade
  - Ensino fundamental
  - Ensino médio
  - Ensino superior incompleto
  - Ensino superior completo
  - Pós graduação
  
5. Durante quais meses você permaneceu na cidade de João Pessoa - PB, no período de pandemia? (considere os meses em que permaneceu no mínimo 20 dias).
  - Março/2020
  - Abril/2020
  - Maio/2020
  - Junho/2020
  - Julho/2020
  - Agosto/2020
  - Setembro/2020
  - Outubro/2020

- Novembro/2020
- Dezembro/2020
- Janeiro/2021
- Fevereiro/2021
- Março/2021

\* *Delivery de alimentos* é caracterizado como o serviço de entrega de produtos alimentícios em um local específico, encomendados a partir de um meio de comunicação (telefone, redes sociais, aplicativos, etc...)

6. Você utilizou o serviço de *delivery de alimentos*\* durante o período da pandemia?
- Sim  Não

Em caso afirmativo, responda às seguintes perguntas; em caso negativo, pule para a questão 14.

7. Devido à pandemia, como você caracteriza sua utilização do serviço de *delivery de alimentos*\*?
- Houve redução considerável na frequência de uso
  - Houve redução moderada na frequência de uso
  - Não houve alteração na frequência de uso
  - Houve aumento moderado na frequência de uso
  - Houve aumento considerável na frequência de uso

8. Com qual frequência você utilizou aplicativos de *delivery de alimentos*\*?

Nos primeiros seis meses de pandemia (mar/2020 a set/2020)

- Não consumi nesse período
- Menos de 2 vezes por mês
- Entre 2 a 4 vezes por mês
- Entre 4 a 8 vezes por mês
- Mais de 8 vezes por mês

Nos últimos seis meses (out/2020 a mar/2021)

- Não consumi nesse período
- Menos de 2 vezes por mês
- Entre 2 a 4 vezes por mês
- Entre 4 a 8 vezes por mês
- Mais de 8 vezes por mês

9. Quais critérios você utiliza para selecionar, em aplicativos de *delivery*, um estabelecimento de alimentação ou correlatos?

- Renome/reputação
- Avaliação
- Taxa de entrega
- Cupons de desconto
- Preço
- Recomendação de amigos/familiares
- Tempo de entrega
- Experiência anterior no estabelecimento
- Sabor
- Embalagem segura

10. Ao efetuar um pedido em aplicativos de delivery, você prefere realizar o pagamento:

- Antecipadamente pelo próprio aplicativo
- Diretamente com o motoboy

11. Ao receber um pedido em aplicativos delivery você:

- Encontra com motoboy
- Solicita a entrega sem contato

12. Ao receber pedidos do delivery de alimentos\*, assinale a frequência em que:

Os motoboys utilizavam máscaras.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

Os motoboys utilizavam luvas.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

Os motoboys utilizavam álcool/álcool em gel.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

A caixa térmica utilizada na entrega se apresentava limpa e em bom estado.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

O motoboy manteve o distanciamento.

- Sempre
- Quase sempre
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

13. O quão confiante você se sentiu sobre as medidas adotadas para prevenção da COVID-19 durante suas experiências com o delivery?

- Confiante sempre
- Confiante frequentemente
- Confiante ocasionalmente
- Confiante raramente
- Nunca me senti confiante

**\*\*Considere *estabelecimentos de alimentação* como locais onde se realizam algumas das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo, tais como cantinas, bufês, confeitarias, lanchonetes, padarias, pastelarias, restaurantes, churrascarias, sorveterias entre outros. Locais *correlatos* compreendem aqueles onde a oferta de alimentos se dá de maneira informal, como quiosques e ambulantes.**

14. Você consumiu alimentos, presencialmente, em *estabelecimentos alimentícios ou locais correlatos*\*\* em algum momento durante o período da pandemia?  
( ) Sim ( ) Não

Em caso afirmativo, responda as questões a seguir; caso contrário, finalize o questionário.

15. Com que frequência você consumiu alimentos, presencialmente, em estabelecimentos alimentícios ou locais correlatos\* \*, durante o período da pandemia?

Nos primeiros seis meses de pandemia (mar/2020 a set/2020)

- ( ) Não consumi nesse período  
( ) Menos de 2 vezes por mês  
( ) Entre 2 a 4 vezes por mês  
( ) Entre 4 a 8 vezes por mês  
( ) Mais de 8 vezes por mês

Nos últimos seis meses (out/2020 a mar/2021)

- ( ) Não consumi nesse período  
( ) Menos de 2 vezes por mês  
( ) Entre 2 a 4 vezes por mês  
( ) Entre 4 a 8 vezes por mês  
( ) Mais de 8 vezes por mês

16. Quais critérios você utilizou para selecionar um estabelecimento de alimentação ou locais correlatos?
- ( ) Recomendação de amigos/familiares
  - ( ) Renome/reputação
  - ( ) Preço/promoção
  - ( ) Higiene do ambiente
  - ( ) Cumprimento das normas de segurança para enfrentamento da COVID-19
  - ( ) Ventilação natural (janelas e portas abertas)
  - ( ) Ambiente climatizado (com ar-condicionado)

- Capacidade de clientes reduzida
- Experiência anterior no estabelecimento

17. Com que frequência sua temperatura foi medida na entrada do estabelecimento?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

18. Com que frequência as mesas estavam dispostas/organizadas para manter a distância mínima de 1m entre os clientes/colaboradores?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

19. Com que frequência o distanciamento social estava sendo indicado por sinalização ou por barreira física?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

Caso o estabelecimento que você tenha frequentado comercialize produtos prontos (self-service, buffet, entre outros), responda as questões a seguir; caso contrário, finalize o questionário.

20. Com qual frequência os alimentos estavam expostos para o auto atendimento?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

21. Com qual frequência os alimentos estavam protegidos por barreira física, sendo servidos por algum colaborador do estabelecimento?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

22. Com que frequência os utensílios para os alimentos eram comuns a todos os clientes.

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

23. Com que frequência os utensílios para os alimentos eram de uso individual.

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

24. Com que frequência você presenciou alguma solicitação do colaborador para que os clientes seguissem as recomendações de utilização de máscaras?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

25. Com que frequência havia a disponibilização de álcool 70% ou álcool em gel nas mesas?

- Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Quase nunca

26. Com que frequência havia a disponibilização de pia para a lavagem das mãos, com água corrente, sabão neutro e toalhas descartáveis?

Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Quase nunca

27. Com que frequência o estabelecimento disponibilizou lixeira com pedal para uso dos consumidores?

Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

28. Com que frequência houve a disponibilização de álcool/álcool em gel no caixa/local de pagamento?

Sempre  Quase sempre  Às vezes  Raramente  Nunca

29. O quão confiante você se sentiu sobre as medidas adotadas para prevenção da COVID-19 durante suas experiências presenciais em estabelecimentos de alimentação e correlatos?

Sempre  
 Frequentemente  
 Ocasionalmente  
 Raramente  
 Nunca

## ANEXOS

### ANEXO A – PARECER DO CÔMITE DE ÉTICA

CENTRO DE CIÊNCIAS DA  
SAÚDE DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA -  
CCS/UFPB



#### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

##### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** Influência da pandemia de COVID-19 sobre as medidas de segurança adotadas pelos serviços de alimentação e novos critérios e percepções dos consumidores para seleção de estabelecimentos alimentícios em João Pessoa - PB

**Pesquisador:** ANOAR ABBAS EL AOUAR

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 45462121.0.0000.5188

**Instituição Proponente:** Universidade Federal da Paraíba

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

##### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 4.676.003

##### Apresentação do Projeto:

O projeto de pesquisa pertencentes ao professor Anoar Abbas e a pesquisadora Luana Clementino Santos, ambos pertencentes ao CT/UFPB, intitula-se Influência da pandemia de COVID-19 sobre as medidas de segurança adotadas pelos serviços de alimentação e novos critérios e percepções dos consumidores para seleção de estabelecimentos alimentícios em João Pessoa - PB.

##### Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Avaliar as mudanças decorrentes da pandemia da COVID-19 nos serviços de alimentação e nos critérios e percepções dos consumidores para seleção de estabelecimentos alimentícios na cidade de João Pessoa - PB.

Objetivo Secundário:

- Analisar as medidas preventivas adotadas, durante a pandemia da COVID-19, pelos serviços de alimentação de João Pessoa PB;- Comparar as medidas preventivas adotadas pelos serviços de alimentação de João Pessoa - PB com as recomendações de órgãos competentes em função da pandemia da COVID-19;- Analisar e comparar os critérios adotados.

**Endereço:** UNIVERSITARIO S/N

**Bairro:** CASTELO BRANCO

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB

**Município:** JOAO PESSOA

**Telefone:** (83)3216-7791

**Fax:** (83)3216-7791

**E-mail:** comitedeetica@ccs.ufpb.br

**CENTRO DE CIÊNCIAS DA  
SAÚDE DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA -  
CCS/UFPB**



Continuação do Parecer: 4.676.003

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

A pesquisa oferece riscos mínimos para a saúde do participante, podendo gerar fadiga ou dor de cabeça devido à exposição a tela de computador, tablet ou outro dispositivo utilizado. No entanto, caso sintam-se cansados, fatigados ou constrangidos a responder determinada pergunta, o participante poderá encerrar sua participação no momento que desejar. Para amenizar os possíveis riscos, será indicado ao participante que responda a pesquisa em sistemas eletrônicos de boa resolução com atenuação de brilho e descanso de tela, além de estar em um ambiente bem iluminado e confortável.

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

O projeto apresenta as exigências notificadas, considerando que a pesquisa é proeminente e o alcance dos objetivos, e contribuirá para os conhecimentos dos estabelecimentos de alimentos e das percepções dos consumidores em um ano de pandemia.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Considerando que a pesquisa encontra-se com todos os documentos dentro da disposição da resolução 466/12.

**Recomendações:**

Recomenda-se aprovar

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Aprovado.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

Certifico que o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba – CEP/CCS aprovou a execução do referido projeto de pesquisa. Outrossim, informo que a autorização para posterior publicação fica condicionada à submissão do Relatório Final na Plataforma Brasil, via Notificação, para fins de apreciação e aprovação por este egrégio Comitê.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

<b>Endereço:</b> UNIVERSITARIO S/N	<b>CEP:</b> 58.051-900
<b>Bairro:</b> CASTELO BRANCO	
<b>UF:</b> PB	<b>Município:</b> JOAO PESSOA
<b>Telefone:</b> (83)3216-7791	<b>Fax:</b> (83)3216-7791
	<b>E-mail:</b> comitedeetica@ccs.ufpb.br

**CENTRO DE CIÊNCIAS DA  
SAÚDE DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA -  
CCS/UFPB**



Continuação do Parecer: 4.676.003

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1712994.pdf	09/04/2021 14:27:38		Aceito
Folha de Rosto	1_Folha_De_Rosto.pdf	09/04/2021 14:25:37	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Cronograma	3_Cronograma.pdf	09/04/2021 13:28:01	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Orçamento	4_Orçamento.pdf	09/04/2021 13:27:50	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Outros	10_Certidao_aprovacao_DEA.pdf	05/03/2021 22:43:52	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Outros	9_Parecer_relator_DEA.pdf	05/03/2021 22:38:36	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	8_TCLE_consumidor.pdf	05/03/2021 17:30:40	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	7_TCLE_empresa.pdf	05/03/2021 17:30:26	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Outros	6_Instrumento_PPCSA.pdf	05/03/2021 17:30:06	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Outros	5_Instrumento_APSAE.pdf	05/03/2021 17:29:04	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	2_Projeto_Detalhado.pdf	05/03/2021 17:25:42	ANOAR ABBAS EL AOUAR	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

JOAO PESSOA, 28 de Abril de 2021

---

**Assinado por:**  
**Eliane Marques Duarte de Sousa**  
**(Coordenador(a))**

**Endereço:** UNIVERSITARIO S/N

**Bairro:** CASTELO BRANCO

**CEP:** 58.051-900

**UF:** PB

**Município:** JOAO PESSOA

**Telefone:** (83)3216-7791

**Fax:** (83)3216-7791

**E-mail:** comitedeetica@ccs.ufpb.br