

Caracterização dos impactos socioeconômicos provocados pela pandemia de Covid-19 nos serviços de alimentação do município de Salvaterra, ilha do Marajó, estado do Pará

Jatniel Ramos Monteiro¹

André Cutrim Carvalho²

Carmelita de Fátima Amaral Ribeiro³

Celina Júlia Nunes Santos Cunha⁴



RESUMO

O presente artigo pretende discutir o processo de mudança comportamental do consumidor, bem como caracterizar os principais impactos socioeconômicos provocados pela pandemia de Covid-19 nos serviços de alimentação, localizados na Ilha do Marajó, mais precisamente no município de Salvaterra, no Estado do Pará. A sua importância repousa no destaque que o setor de serviços possui para a economia local, impactada pela redução dos postos de trabalho, fechamento de empresas, redução da renda das famílias e outros fatores que acabaram por pressionar a já fragilizada capacidade econômica do município. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa adotada será do tipo exploratória-descritiva. Além disso, um questionário contendo 21 perguntas abertas foi respondido por 61 usuários do setor de serviço alimentício. A principal conclusão é que a pandemia de Covid-19 restringiu, de forma considerável, a atuação dos serviços de alimentação em Salvaterra. Nesse cenário, porém, o serviço de delivery tornou-se a principal estratégia para manter as atividades do setor, despontando como alternativa para a população da região pela facilidade de implantação, baixo custo e pela comodidade para o cliente, principalmente em Salvaterra.

Palavras-chave: Serviços de alimentação. Ilha do Marajó. Salvaterra. Pandemia. Covid-19.

1 Graduado em Economia pela Faculdade de Ciências Econômicas (FACECON) da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: jatnielmonteiro@gmail.com.

2 Doutor em Desenvolvimento Econômico e Pós-Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor-Pesquisador da Universidade Federal do Pará (UFPA) e Coordenador do Grupo de Pesquisa Teoria Econômica de Keynes (GTEK). E-mail: andrecc83@gmail.com.

3 Doutora em Engenharia Agrícola pela UNICAMP. Professora-Pesquisadora da Universidade do Estado do Pará (UEPA), campus Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará. E-mail: carmelita.uepa@gmail.com.

4 Mestra em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) da UFPA. Professora-Pesquisadora da UFPA. E-mail: cjnsc@ufpa.br .

ABSTRACT

This article intends to discuss the process of consumer behavioral change, as well as to characterize the main socioeconomic impacts caused by the Covid-19 pandemic in food services, located in Ilha do Marajó, more precisely in the municipality of Salvaterra, in the State of Pará. Its importance lies in the prominence that the service sector has for the local economy, impacted by the reduction of jobs, closing of companies, reduction of family income and other factors that ended up putting pressure on the already fragile economic capacity of the municipality. From the methodological point of view, the research adopted will be exploratory-descriptive. Furthermore, a questionnaire containing 21 open questions was answered by 61 users of the food service sector. The main conclusion is that the Covid-19 pandemic has considerably restricted the performance of food services in Salvaterra. In this scenario, however, the delivery service has become the main strategy to maintain the sector's activities, emerging as an alternative for the region's population due to its ease of implementation, low cost and the convenience for the customer, especially in Salvaterra.

Keywords: Food services. Marajó Island. Salvaterra. Pandemic. Covid-19.

INTRODUÇÃO

No Brasil, o primeiro registro de paciente com resultado positivo para SARS-CoV-2, o agente causador da COVID-19, ocorreu no dia 26 de fevereiro de 2020, segundo informações do Governo Federal, por meio da Agência Brasil (2020). Tratava-se, na época, de um indivíduo do gênero masculino com idade de 61 anos e histórico de viagem à Itália. Naquele momento, porém, foram instauradas medidas restritivas, conforme orientação das autoridades sanitárias brasileiras, no sentido de conter o avanço epidemiológico da doença.

O vírus, identificado oficialmente pela primeira vez na China, em dezembro de 2019, apresentou-se com uma alta capacidade de contágio, com transmissão através de gotículas de saliva, propagadas por espirro, tosse, mãos e superfícies contaminadas, causando desde um simples resfriado até uma Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG), podendo levar o paciente a óbito, conforme descrito pela Agência Brasil (2020).

Com a crise sanitária, foram estabelecidas uma série de medidas restritivas por parte dos agentes nacionais e entidades privadas. Os governos locais, por exemplo, passaram a incentivar a permanência domiciliar através da campanha de utilidade pública “Fique em casa”, o que fez a população evitar ambientes coletivos e com aglomeração, bem como aplicar distanciamento social.

Para mitigar a disseminação de Covid-19, foram emitidos decretos restringindo viagens e, principalmente, o deslocamento populacional através de *lockdown* (bloqueio total ou fechamento de uma determinada região), assim como a redução do horário de funcionamento de atividades produtivas, fechamento do comércio não essencial, escolas públicas e privadas, além de diversos seguimentos e órgãos públicos, que tiveram que suspender os seus atendimentos presenciais e passaram a atuar em formato remoto.

No Estado do Pará, sobretudo na ilha do Marajó, essas medidas tiveram grande impacto na atividade econômica e, em particular, no mercado de trabalho. Uma das atividades que mais sofreram com as medidas restritivas foi no setor de alimentação fora do lar, uma vez que o mesmo depende diretamente do fluxo populacional, movimento do comércio local e rotina trabalhista de empresas privadas e repartições públicas.

O presente artigo pretende discutir o processo de mudança comportamental do consumidor dos serviços de alimentação localizados na Ilha do Marajó, mais precisamente no município de Salvaterra, Pará, causado pela pandemia de Covid-19. A sua importância repousa no destaque que o setor de serviços possui para a economia local, impactada pela redução dos postos de trabalho, fechamento de empresas, redução da renda das famílias e outros fatores que acabaram por pressionar a já fragilizada capacidade econômica do município de Salvaterra.

METODOLOGIA, COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A especificação metodológica constitui parte obrigatória da pesquisa acadêmica que adote o método científico; contudo, é preciso distinguir o método de abordagem dos ditos métodos de investigação. O método de abordagem diz respeito à filiação filosófica e ao grau de abstração do fenômeno estudado; já os métodos de investigação ou procedimentos de uma pesquisa consistem nas etapas concretas da investigação e do uso das técnicas de pesquisas adequadas.

Nas ciências sociais em geral, em particular nas ciências econômicas, impõe-se uma restrição metodológica: que é a necessidade de confrontação da realidade pensada, abstraída do

concreto, com a realidade empírica, isto é, aquela que é percebida pelos nossos sentidos. Por sua vez, como observado por Lakatos e Marconi (2007, p. 106), “(...) os conhecimentos práticos estão submetidos à necessidade de conexão imediata com a realidade a que se referem”.

Como o objetivo fundamental do presente artigo é discutir o processo de mudança comportamental do consumidor, bem como caracterizar os principais impactos socioeconômicos provocados pela pandemia de Covid-19 nos serviços de alimentação, localizados na Ilha do Marajó, mais precisamente no município de Salvaterra, no Estado do Pará, pode-se definir essa pesquisa como exploratória-descritiva. Para Gil (1991, *apud* Da Silva e Menezes, 2005, p. 83, grifo nosso):

[A] **Pesquisa Exploratória** visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; (...) análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de Pesquisas Bibliográficas e Estudos de Caso.

[Já a] **Pesquisa Descritiva** visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento.

Para realização da pesquisa junto aos estabelecimentos de Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará, realizou-se: visita prévia para consulta aos proprietários e esclarecimentos necessários; logo em seguida, uma data para aplicação do questionário foi firmada de forma presencial; a coleta de dados do referido grupo, o passo seguinte, foi realizado no período de 1º a 15 de abril do ano de 2021, sendo que ao grupo de consumidores foi encaminhado um *link* de acesso ao questionário estruturado na ferramenta *Google Forms*, utilizando como fonte os contatos telefônicos dos autores deste artigo para obtenção das respostas, somando ao final um total de 61 resultados no período de abril a agosto de 2021.

A análise dos resultados teve como início a observação dos dados agrupados no *Google Forms*, número de participantes, quantidade e qualidade das respostas, e percentual por ação. No tratamento dos resultados, foram criadas planilhas eletrônicas, por meio do programa *Microsoft Excel*, para cada pergunta contida em ambos os questionários; em seguida, foram elaborados gráficos para formação de perfil e determinação dos resultados.

No mais, para a interpretação dos dados, foi realizado o cruzamento entre os resultados e o material bibliográfico para discorrer, de forma mais embasada, sobre os impactos socioeconômicos provocados pela pandemia do de covid-19 nos serviços de alimentação do município de Salvaterra, Ilha do Marajó, no Estado do Pará.

Na próxima seção, discute-se a importância socioeconômica do setor de alimentação e, de maneira geral, os principais impactos da pandemia de Covid-19 no Brasil.

A IMPORTÂNCIA SOCIOECONÔMICA DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO E OS IMPACTOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL

Do ponto de vista histórico, a alimentação tem influenciado consideravelmente o homem e a civilização humana de maneira geral, deixando de ser meramente uma necessidade instintiva de sobrevivência para se tornar também um meio de desejo e socialização para satisfação da própria espécie humana, como argumentam Angnes e Moyano (2013).

Na perspectiva de compreensão de Heck (2004, p. 137): “(...) comer deixa de ter apenas a função biológica óbvia, de nutrição para sobreviver, e entra para a categoria de lazer e entretenimento, assim como também passa a ser indicador de status e classe social, classificando e distinguindo gostos culinários”. Em seus estudos, Heck (2004) define que o crescimento e a diversidade no setor de serviços de alimentos são propiciados pelas tecnologias de congelamento, preservação e pelas possibilidades de transporte rápido, que permitem que os alimentos sejam ofertados e consumidos durante o ano todo, sem que as estações do ano possam limitar o cardápio.

Dentro do processo de transformação alimentar, porém, Leal (2010, p. 124) afirma que:

Entre as intensas mudanças ocorridas nos hábitos alimentares da população, tem se destacado o crescimento da frequência da alimentação fora do domicílio, que é condicionada por diversos fatores, como tipos de serviços oferecidos, despesa com alimentação, qualidade do serviço, segurança alimentar e consequente aumento da oferta desse tipo de serviço.

Nos últimos anos, o crescimento econômico mudou substancialmente a forma de consumo no Brasil, já que uma parcela da sociedade que antes não tinha acesso a determinados bens de consumo passou a ter poder de compra, usufruindo de novos produtos e serviços, como argumenta Borges (2013). No ano de 2019, a indústria brasileira de alimentos e bebidas gerou mais de 16 mil empregos diretos, apresentando faturamento anual de 699,9 bilhões, valor que representa 9,7% do PIB nacional, conforme dados da Agência Brasil (2020).

Queiroz e Coelho (2017, p. 69) destacam que: “nos países em desenvolvimento o consumo de alimentos prontos se dá pelas mudanças nas variáveis socioeconômicas como a renda e o tempo”. No Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), este consumo já compromete 32,8% da renda das famílias (IBGE, 2019), um claro sinal do crescimento da demanda neste setor. Para Bezerra *et al.* (2017, p. 2):

Essa demanda por refeições prontas para o consumo favoreceu o aumento do número de estabelecimentos do setor de alimentação fora do lar e diversificou seus serviços, com destaque para o crescimento no número de restaurantes, lojas de conveniência, redes de *fast food*, padarias, entre outros.

No mundo e no Brasil não é diferente o processo de alteração dos hábitos de consumo. Segundo Avelar e Rezende (2013), é inevitável devido às diversas mudanças que vêm ocorrendo, principalmente no estilo de vida das pessoas, provocadas por fatores motivadores como, por exemplo, a busca de variedade e conveniência, e, em certas ocasiões a busca por distinção social e por prazer.

Para Heck (2004), a atitude de sair de casa para comer transmite interação social mais do que a própria necessidade de se alimentar; é uma forma pela qual o indivíduo se apresenta à sociedade. Assim, como defende o referido autor, o restaurante é visto como um local onde a imagem é refletida por meio dessa interação coletiva. Angnese Moyano (2013, p. 01) asseveram:

A identificação correta dos atributos em serviços de restaurantes na percepção do cliente é primordial para iniciar qualquer processo na gestão mercadológica de um estabelecimento de restaurante que tenha a intenção de se orientar para o marketing, ou seja, para criação de valor e relacionamento superior, baseado nas necessidades e [anseios de seus clientes].

Nos últimos anos, a ascensão do “comer na rua” se deu pelo surgimento “(...) de novas possibilidades alimentares e, também, novos problemas, alguns insuspeitos e que deram

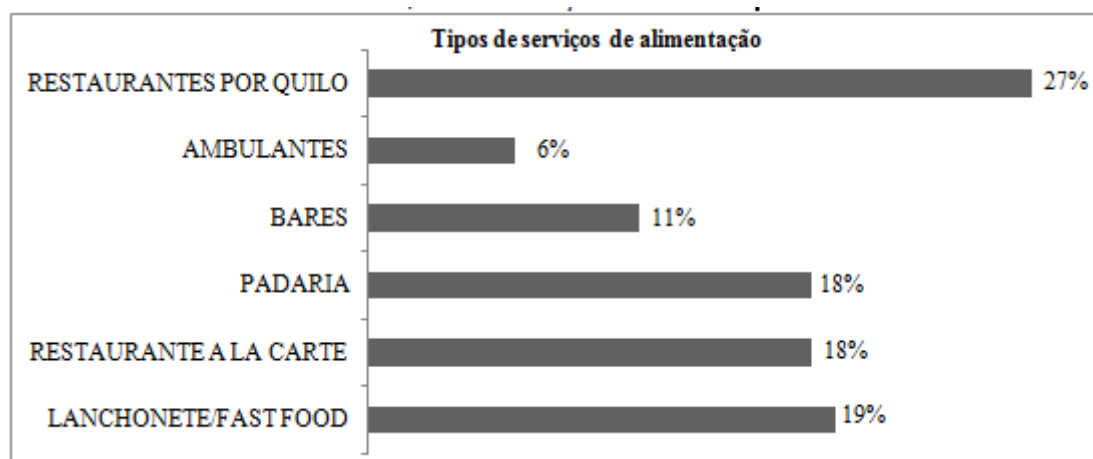
origem a novas preocupações, novas recomendações e até mesmo novas proibições”, como visto em Collaço *et al.* (2017, p. 31), que acrescentam ainda que o expressivo crescimento da oferta e demanda por comida de rua disparou de maneira tão considerável que despertou preocupação entre as autoridades sanitárias, sobretudo nas áreas urbanas de países em desenvolvimento, mas não exclusivamente.

Para Avelar e Rezende (2013, p. 150):

O aumento da alimentação fora do lar apresenta-se, portanto, como um fenômeno mundial, mas com grandes diferenciações de cunho cultural/regional, que imprimem diferentes ritmos de mudança e formas de oferta. O resgate de hábitos culturais arraigados, com valorização do *slowfood*, comidas típicas e tradição parecem coexistir com um modelo produtivista, de praças de alimentação, pasteurização e preços acessíveis. Outras formas de alimentação não tradicional, como o *delivery*, também podem crescer nesse contexto.

O Gráfico 1, conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), revela as opções de escolha dos consumidores.

Gráfico 1 – Escolhas do brasileiro por alimentação fora de casa



Fonte: SEBRAE (2020).

Em linhas gerais, o SEBRAE (2020) apontou que o crescimento da população urbana, o nível de escolaridade, a renda, a maior participação feminina no mercado de trabalho, o envelhecimento da população, entre outras transformações, modificou diretamente as percepções e, conseqüentemente, as preferências do consumidor. Dentre os novos hábitos alimentares compreendidos por Borges (2013) como opção lazer social ou estilo de vida, destacam-se a alimentação fora do lar (ou *food service*).

A alimentação fora do lar faz parte da cadeia produtiva de alimento não preparada por quem irá consumir. O seu consumo pode ser feito dentro ou fora do lar, como no local de trabalho, em uma viagem, em um hotel, na escola, no hospital; o que define esse segmento é o local em que esse alimento foi feito: restaurantes, padarias, lanchonetes, empresas de produtos congelados, entre outros, como afirma Borges (2013).

O Gráfico 1 aponta, ainda, para os locais de alimentação preferenciais dos brasileiros. Dados recentes da Associação Brasileira de Refeições Coletivas (ABERC) (2021) apontam

que no ano de 2019 o segmento movimentou aproximadamente 20,6 bilhões de reais, considerando apenas as refeições consumidas em ambientes coletivos.

A Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) (2020), que representa a indústria de alimentação, destaca o crescimento de 6,9% em termos nominais do canal *food service*, contra 5,9% de varejo alimentar no ano de 2019. Ademais, os dados do Instituto Food Service Brasil apontaram um crescimento do gasto do consumidor com os serviços de alimentação ao longo dos anos, alcançando 215,2 bilhões no ano de 2019.

A Tabela 1 demonstra o hábito dos consumidores do município de Salvaterra, localizada na Ilha do Marajó, Estado do Pará, no ano de 2019, período que antecedeu a grave crise de Covid-19.

Tabela 1 – Caracterização da rotina dos consumidores de Salvaterra, Ilha do Marajó, Estado do Pará: 2019

Refeições fora de casa	Frequência %
Todos os dias	5,0
15 dias/mês	1,7
3x/semana	5,0
Apenas finais de semana	35,0
Raramente	50,0
Nunca	3,3
Estabelecimento frequentado	Consumidores %
Restaurante	23,3
Lanchonete	25,0
Pizzaria	20,0
Hamburgueria	18,3
Sobremesas	3,3
Padaria	6,7
Restaurantes, Pizzaria, Hamburgueria e Lanchonete somente	1,7
Pizzaria e lanchonete somente	1,7

Fonte: Elaboração própria (2021).

Com a crise pandêmica de Covid-19 *pari passu* com as medidas sanitárias adotadas visando conter a disseminação do vírus, o costume de comer fora de casa foi diretamente afetado, o que acabou por trazer grandes prejuízos aos estabelecimentos que atuam nesse segmento. Cabe ressaltar os muitos efeitos negativos da pandemia no âmbito social e econômico.

Outro ponto importante é que o fechamento de fábricas resultou na diminuição da produção, da renda e do consumo do trabalhador, contribuindo para o endividamento das famílias e para o crescimento da desigualdade, da pobreza e da taxa de desemprego. Autores como Carvalho *et al.* (2020) observam a importância que o Estado teve na crise de Covid-19, sobretudo por ter atuado como investidor de última instância e promotor direto da demanda agregada através de mecanismos de transferência de renda. Na concepção de Carvalho *et al.* (2020, p. 168-169):

Nota-se que, ainda que não seja competência única e exclusiva do Executivo, cabe ao Estado brasileiro, de forma geral, atuar como emprestador de última instância para atenuar os efeitos da pandemia do novo Coronavírus, sobretudo para induzir um processo de recuperação socioeconômica na fase pós-pandemia.

Costa (2020), por outro lado, afirma que a pandemia atingiu com maior intensidade a população que vive na informalidade e reside em áreas precárias, ou seja, que tem rendimentos baixos e irregulares, sem acesso a água potável, moradia digna, sistemas privados de saúde e sistema de proteção social vinculado à carteira de trabalho assinada, como férias, salário mínimo, 13º salário, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), licença-maternidade, licença médica e seguro-desemprego.

Outra questão importante é levantada no trabalho de Finkler *et al.* (2020), que identificou nos restaurantes as atividades que mais sofreram com a pandemia de Covid-19. Isso é assim porque muitos restaurantes compõem a cadeia do turismo, que foi extremamente afetada em razão do isolamento social necessário para evitar a proliferação da COVID-19.

De fato, muitos consumidores, devido aos muitos riscos, evitaram estabelecimentos como bares e restaurantes. Como resultado, o mercado de serviços de *delivery* cresceu consideravelmente para equalizar esta situação, como aponta Rezende (2020).

Oliveira (2020) observa, ainda, que as normativas limitando a capacidade de lotação dos estabelecimentos, distanciamento social e *lockdown* propiciaram o fechamento de muitos estabelecimentos de refeições coletivas e a migração de outros tantos para os serviços de *take-out*, *take-away* e *delivery*. Conforme Carvalho *et al.* (2020, p. 162):

(...) essa pandemia vai muito além nos seus efeitos e consequências por caracterizar-se como sendo uma crise de cunho social, que não escolhe classe, mas reverbera com muito mais intensidade na camada mais humilde, pobre e vulnerável de um Brasil historicamente desigual.

Percebe-se, portanto, que as restrições implantadas por meio do distanciamento social obrigaram a população a restituir rotinas domésticas, dado que houve a suspensão de diversas atividades laborais e escolares, aglomerações, restrição de acessos para grupos familiares, redução na lotação de ambientes fechados, implantação de barreiras sanitárias, fechamento de praias, clubes e bares, recomendação para indivíduos considerados do grupo de risco, entre outras normas.

Na prática, o papel do Estado como garantidor do bem-estar e impulsionador do efeito multiplicador de renda e consumo foi determinante através de gastos com assistência social e transferência de renda para atenuar o peso da pandemia de Covid-19 nas estratificações mais vulneráveis, como sustentam Carvalho *et al.* (2020) e Carvalho *et al.* (2022).

CARACTERIZAÇÃO DOS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS PROVOCADOS PELA PANDEMIA DO DE COVID-19 NOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SALVATERRA, ILHA DO MARAJÓ, ESTADO DO PARÁ

Na atual conjuntura, segundo dados oficiais do IBGE (2020), o arquipélago do Marajó é considerado a maior ilha fluviomárítima do mundo, com 104.606 Km², formada por 16 municípios e uma população que soma 564.000 habitantes. A sua população é composta por comunidades quilombolas, ribeirinhas, povos tradicionais, além de novos residentes.

O território do Marajó é dividido geograficamente em duas regiões: o Marajó Ocidental, composto pelos municípios de Afuá, Anajás, Bagre, Breves, Curalinho, Gurupá, Melgaço,

Portel e São Sebastião da Boa Vista; e o Marajó Oriental, do qual fazem parte os municípios de Cachoeira do Arari, Chaves, Muaná, Ponta de Pedras, Salvaterra, Santa Cruz do Arari e Soure.

A economia marajoara baseia-se, principalmente, na agricultura, como cultivo do açaí, abacaxi, banana, hortaliças e oleaginosas, na pecuária, com o rebanho bubalino, além da pesca, como destacou o “relatório analítico do território do Marajó”, elaborado pelo Grupo de Estudo e Pesquisa Trabalho e Desenvolvimento na Amazônia (GPTDA) da UFPA (2012, p. 34), que diz:

A estrutura econômica da mesorregião do Marajó é influenciada por atividades vinculadas à pecuária, particularmente, a bubalina, cultivada nos campos naturais da Ilha do Marajó, ao extrativismo nas áreas de floresta e à pequena agricultura desenvolvida desde o período colonial. Portanto, a economia do arquipélago deve-se, em grande medida, a esses sistemas que possibilitou ainda a formação de pequenos povoados, localizados às margens de rios e igarapés.

Além disso, o trânsito entre as cidades se dá, predominantemente, por via marítima, já que uma malha viária inexistente praticamente, como atesta a publicação do Governo Federal em seu Plano de Desenvolvimento Territorial Sustentável para o Arquipélago do Marajó:

O sistema de transportes limita-se ao marítimo e hidroviário. Praticamente inexistem rodovias na região, e as poucas vicinais existentes são intransitáveis na estação das chuvas. O transporte empregado, tanto para a condução dos moradores, quanto para o escoamento da produção, é feito pelos rios. Na época da seca, o transporte é feito através de montarias (grandes cascos) puxadas a búfalo. As poucas estradas existentes em asfalto, margeiam a costa em cotas mais elevadas, chamadas de tesos, ligando os centros maiores. As demais são construídas em argila ou areia, para facilitar a manutenção, e interligam-se com as outras (BRASIL, 2007, p. 11).

A cidade de Salvaterra, através do Porto Camará, interliga Belém a alguns municípios da região como Soure e Cachoeira do Arari. Assim, com uma área territorial de 918.563 km² e uma população de 24.075 pessoas, de acordo com o IBGE (2020), a cidade foi colonizada por frades jesuítas no século XVIII, a partir da vila de Monsarás. No período informado, predominavam na região os índios da etnia Sacaca, sendo que Salvaterra “ganhou” a categoria de município no ano de 1961, a partir do desmembramento de Soure, como se vê nos estudos da UFPA (2012).

Economicamente, o município encontra base na agricultura, com destaque para a cultura do abacaxi, pecuária, atividade pesqueira, no turismo e no comércio, como indica Salvaterra (2021). A adoção de medidas restritivas diante da pandemia de Covid-19 provocou profundo abalo econômico no seio da comunidade salvaterrense, visto que a imposição de barreiras sanitárias e restritivas de viagem intermunicipal restringiu o deslocamento de pessoas e instituiu o isolamento social, impactando diretamente na geração de renda da população local, que depende fortemente do turismo e do fluxo de mercadorias.

O setor de serviços foi o mais afetado com as medidas de contenção, passando a operar somente os serviços essenciais como os: supermercados, hospitais, padarias, açougues, farmácias, bancos etc. Os dados que serão apresentados nesta seção são relativos ao questionário aplicado aos consumidores, nominado de “Questionário aplicado aos consumidores dos serviços de alimentação do município de Salvaterra, Ilha do Marajó, Estado do Pará”, composto por consumidores que acessam os serviços com atuação exclusiva no município de Salvaterra, como pode ser visto no Anexo do artigo.

O questionário do consumidor contém 21 perguntas, as quais buscou-se avaliar o perfil, seus critérios de escolha de local e os fatores determinantes para o consumo na região. O estudo alcançou um público de 61 consumidores, tendo como alvos-consumidores, em sua maioria: 68,65% jovens de até 30 anos; 19,67% na faixa etária de 31 a 43 anos; e 11,48% na idade de 44 a 56 anos, conforme aponta a Tabela 2.

Tabela 2 – Caracterização do perfil amostral dos consumidores pesquisados em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará

Público	Consumidor (%)
Idade	
18 a 30 anos	68,65
31 a 43 anos	19,67
44 a 56 anos	11,48
>56 anos	0
Estado Civil	
Solteiro	60,00
Casado	28,30
União estável	11,70
Divorciado	0
Escolaridade	
Fundamental	0
Médio completo	19,67
Médio/Técnico	1,64
Superior Incompleto	49,18
Superior completo	27,87
Mestrado	0
Doutorado	1,64
Renda mensal	
Até 3 SM	89,47
De 3 a 5 SM	5,26
> 5 SM	5,26
Não respondeu	0

Fonte: Elaboração própria (2021). *SM = Salários Mínimos. O valor de 1 salário mínimo no período da entrevista era de R\$ 1.100,00.

Com inúmeros fatores interferindo no consumo dos alimentos preparados fora de casa, o consumidor buscou adequar ou maximizar os hábitos de preparação dos alimentos. A Tabela 3, a seguir, demonstra essas alterações de costumes a partir das respostas dadas pelos próprios entrevistados.

A Tabela 3 mostra que: 49,2% dos consumidores ouvidos não alteraram seus hábitos e continuam preparando suas refeições como antes; já para 23,0% dos perguntados, houve uma redução no consumo de alimentos preparados fora de casa; outros 16,4% passaram a preparar seus alimentos em casa devido ao período pandêmico; e, por último, 11,5% afirmaram que houve incremento no consumo de alimentos adquiridos nos serviços de alimentação.

Tabela 3 – Caracterização da mudança de hábito do consumidor ao longo da pandemia em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará

O que mudou em seus hábitos alimentares durante a pandemia?	Consumidores (%)
Agora preparo minhas refeições	16,4
Continuo preparando minhas refeições	49,2
Reduzi o consumo de alimentos ofertados por S.A.*	23,0
Aumentei o consumo de alimentos ofertados por S.A.	11,5
Deixei de frequentar os S.A.	0

Fonte: Elaboração própria (2021). *S.A. = Serviço de Alimentação.

Quando perguntados sobre suas preocupações com preparo e a manipulação do alimento, 98,4% dos entrevistados se disseram preocupados ao consumir alimentos preparados e oferecidos pelos serviços de alimentação no município de Salvaterra; já para 91,8% dos consumidores consultados, a maior preocupação reside em como o alimento é preparado, como consta na Tabela 4.

A Tabela 4 também mostra que, ao decidir pelo consumo em determinado estabelecimento, o cliente estabelece relação de confiança quanto ao preparo do alimento, firmando este como um dos fatores decisivos no processo de escolha. Na realidade, o consumidor, ao observar possíveis locais de alimentação, leva em conta diversos aspectos até a sua decisão final pelo consumo.

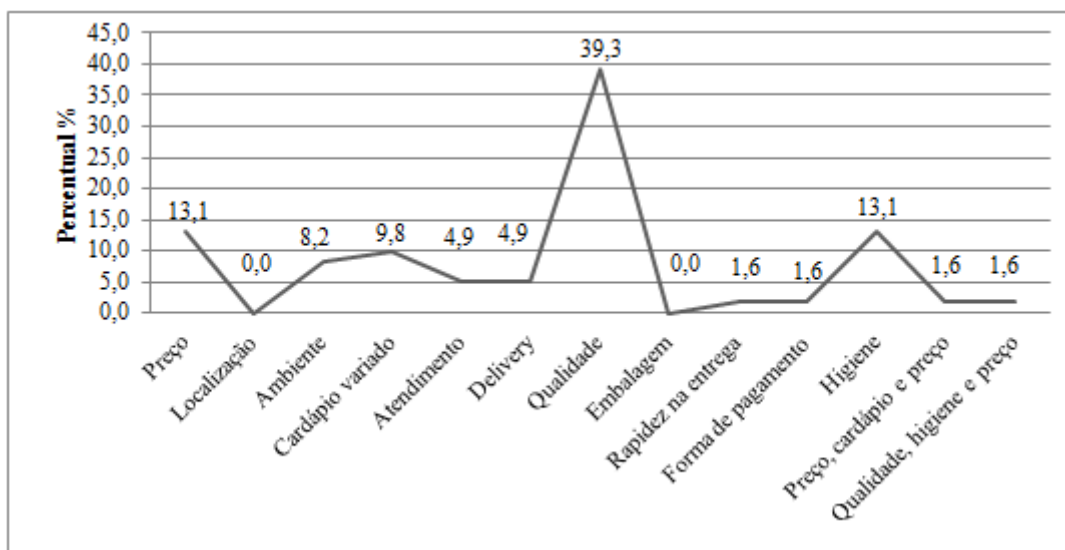
Tabela 4 – Caracterização da preocupação do consumidor com o preparo e a manipulação do alimento em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará

Você se preocupa com o preparo do alimento quando utiliza o serviço de alimentação?	Consumidores %
Sim	98,4
Não	0
Pouco	1,6
Qual a sua maior preocupação quando utilizado o serviço?	
O preparo dos alimentos	91,8
Como é embalado	4,9
Como é transportado	0
Se vai chegar rápido	1,6
Todas as opções descritas	1,6

Fonte: Elaboração própria (2021).

Neste contexto, a presente pesquisa disponibiliza alguns desses aspectos ao perguntar quais destes serviços foram considerados, antes da pandemia de Covid-19, para determinar o local de consumo, o que pode indicar uma tendência por mais de uma opção, como consta no Gráfico 2.

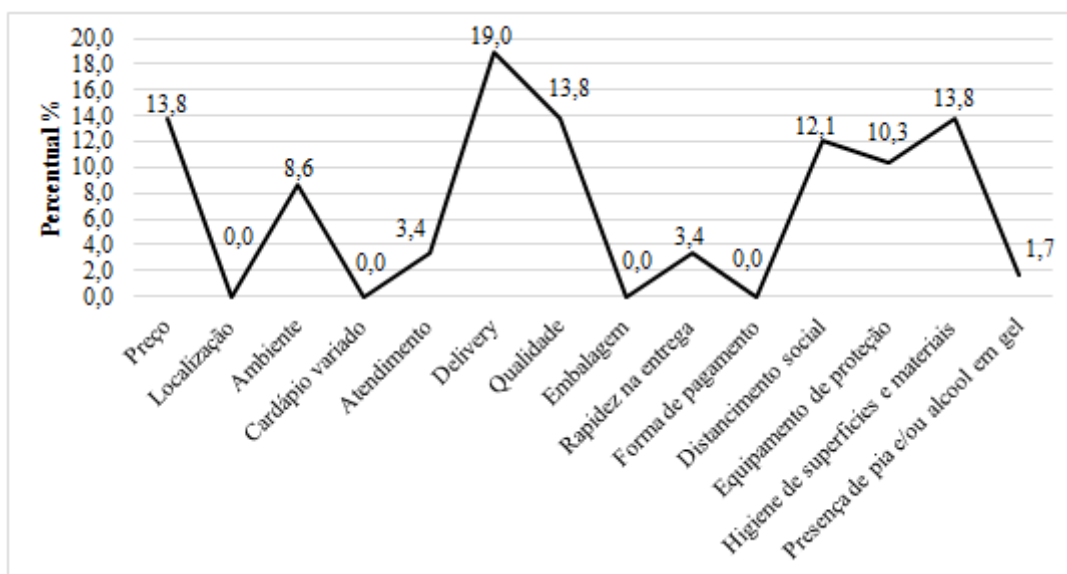
Gráfico 2 – Caracterização dos aspectos considerados, antes da pandemia de Covid-19, na decisão do consumidor ao optar por um estabelecimento que oferece refeição em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará



Fonte: Elaboração própria (2021).

O principal aspecto apontado pelos consumidores para escolha do local de refeição é a qualidade do alimento, com 39,3% das respostas, seguido de outros dois aspectos: higiene e preço, com 13,1%. Em paralelo, perguntamos no questionário consumidor quais aspectos consideram atualmente para a escolha do local de consumo; as respostas estão representadas no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Caracterização dos aspectos considerados, a partir da pandemia de Covid-19, na decisão do consumidor ao optar por um estabelecimento que oferece refeição em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará

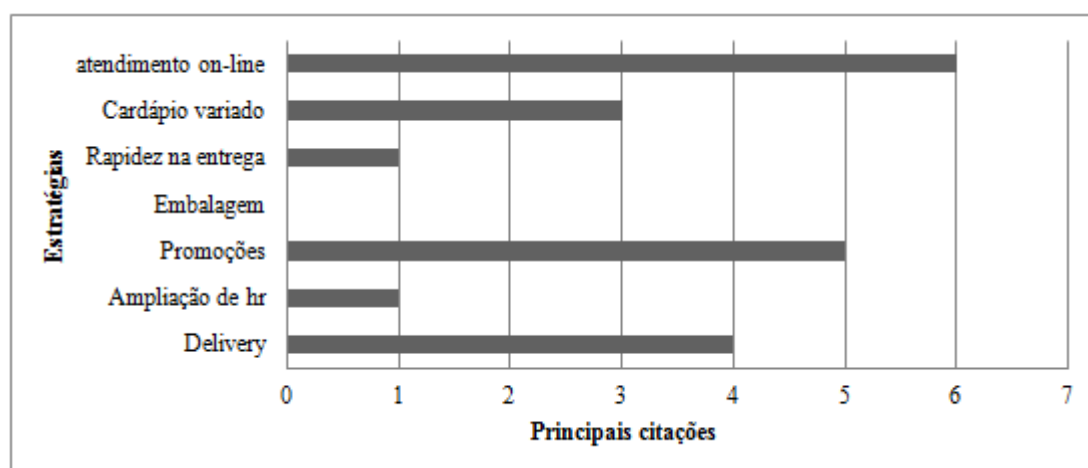


Fonte: Elaboração própria (2021).

O Gráfico 3 indica que a pandemia de Covid-19 provocou uma série de mudanças nos aspectos de escolha dos consumidores de ambientes que oferecem refeição. O principal fator apontado como critério de decisão está relacionado ao serviço de Delivery, seguido do fator preço e de fatores de segurança individual como o distanciamento social, além da utilização de itens de proteção individual e higiene de superfícies e materiais.

Cabe ressaltar que, com grande parte da população marajoara reclusa, os proprietários do setor de alimentação na região observaram a necessidade de adoção de estratégias para manutenção das vendas no ápice da Covid-19 no ano de 2021, principalmente. O Gráfico 4 destaca as principais estratégias adotadas pelos empresários que responderam ao questionário serviços de alimentação.

Gráfico 4 – Caracterização das principais estratégias adotadas pelos serviços de alimentação em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará



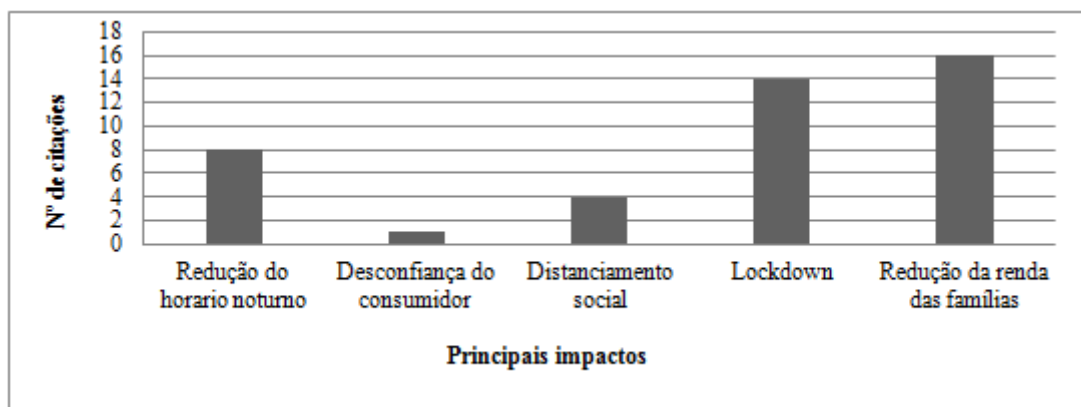
Fonte: Elaboração própria (2021).

No Gráfico 5, é possível observar que a principal estratégia adotada, entre as opções listadas, foi a do atendimento on-line, certificando o papel fundamental da internet no período do isolamento social em decorrência da pandemia do novo coronavírus. Este, por sinal, proporcionou a ampliação do marketing relacionado às pequenas empresas, como forma de alcançar clientes cada vez mais conectados com as mídias sociais, como atesta Rezende *et al.* (2020).

Essa estratégia foi seguida por seis estabelecimentos entre os pesquisados. Além disso, as promoções, citadas cinco vezes, foram necessárias para “fisgar” o consumidor salvaterrense, que viu sua renda diminuir consideravelmente durante o tempo de pandemia, tendo que reduzir os seus gastos. Outro fator de destaque é a implementação do serviço de *delivery*, que impulsionou as vendas e atraiu compradores, estratégia tomada por quatro empresas.

Entre tantos impactos enfrentados, foi perguntado também quais consideravam como principais e os que foram determinantes para a queda nas vendas. Nestes termos, foram listados cinco (5), sendo permitido citar mais de um (1). O resultado segue representado no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Caracterização dos principais impactos sobre as vendas apontados pelas empresas em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará

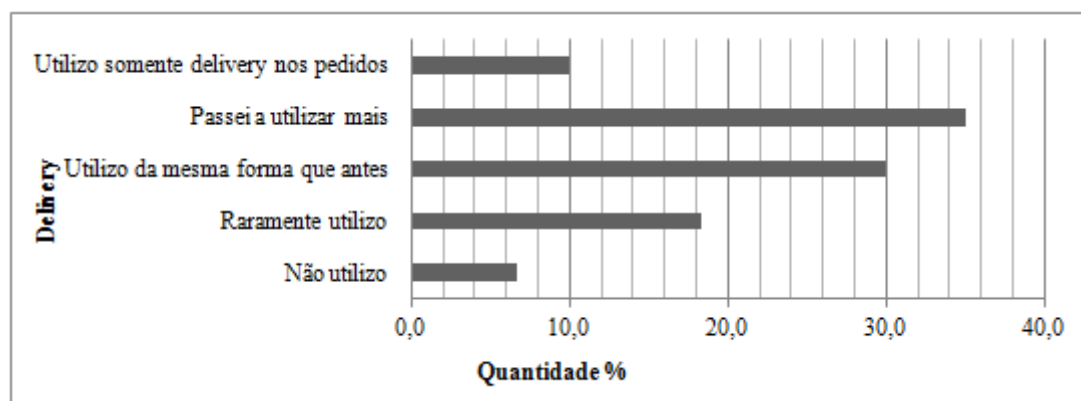


Fonte: Elaboração própria (2021).

É possível observar que o fator “redução na renda das famílias” foi apontado dezesseis (16) vezes pelos empresários como principal impacto da pandemia sobre o faturamento comercial. Outra medida instaurada no município, que afetou consideravelmente o setor de alimentação, como indicam os proprietários de serviços, foi o lockdown, uma espécie de medida restritiva adotada pelo gestor municipal no período crítico da doença. Este foi citada por quatorze (14) gestores dos dezessete (17) entrevistados, sendo o segundo fator de maior impacto na região; no mais, a redução do horário de atividade no período noturno foi mencionada por oito (8) empresários.

Como visto anteriormente, uma das medidas mais importantes de enfrentamento adotadas para conter a disseminação do vírus foi o lockdown, na qual ocorre a suspensão total das atividades não essenciais e a restrição de circulação de pessoas, exceto para fins de saúde e aquisição de alimentos. Neste período, a população passou a utilizar muito mais a entrega em domicílio (delivery), e os proprietários passaram a adotar ou priorizar o serviço, tornando um dos diferenciais do negócio, como demonstra o Gráfico 6. Embora muito demandada, a pesquisa identificou que somente 58,82% dos estabelecimentos visitados oferecia a opção de entrega em domicílio.

Gráfico 6 – O crescimento do serviço de delivery na pandemia em Salvaterra, Ilha do Marajó, Pará



Fonte: Elaboração própria (2021).

Aos consumidores, quando perguntados sobre os serviços de *delivery* e a sua utilização, exatamente 35% dos respondentes assinalaram a opção “passei a utilizar mais”; outros 30% declararam que o utilizaram da mesma forma que antes; e, por fim, cerca de 7% disseram “não utilizo”, como indicado no Gráfico 7.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi visto que uma modificação comportamental, a partir de um processo de ruptura estrutural advinda da crise pandêmica instalada no Brasil, como visto no trabalho de Carvalho *et al.* (2020), consolidou o dinamismo do serviço de alimentação, que procurou adequar-se a uma série de modelos variados de públicos, o que impulsionou o setor a tecer soluções e inovações em atendimento às suas escolhas alimentares.

O aumento da expectativa de vida do brasileiro, associado aos cuidados com a saúde e bem-estar, possibilitaram um aumento no consumo de alimentos considerados saudáveis e o surgimento de ambientes especializados em cardápios vegetarianos, orgânicos, naturais, veganos etc. O crescimento da renda domiciliar per capita e a ampliação da culinária nacional e internacional permitiu o cliente a buscar novas experiências gastronômicas, combinação de alimentos, novas formas de preparo, entre outros.

Atributos como o *delivery*, o distanciamento social, uso de equipamentos de proteção e higiene de superfícies e materiais foram incorporados, e passaram a nortear a política de escolha dos clientes no decorrer da pandemia na região do Marajó. O perfil do consumidor local de Salvaterra mudou a partir da ameaça do novo coronavírus, principalmente por conta do medo/receio na preparação dos alimentos, o que passou a exigir uma série de cuidados redobrados na higiene do ambiente em questão, que passou a ser condicionante para o consumo.

O município de Salvaterra, devido à sua localização na Ilha do Marajó, é todo voltado para o turismo. Percebe-se, desta forma, que o setor de serviços de alimentação fora do lar desempenhou um papel estratégico no período mais grave da pandemia, além da necessidade crescente da população por alimentos prontos. Cabe dizer, também, que a necessidade de adequação aos novos serviços atuou como necessário facilitador da relação entre o cliente e o estabelecimento.

A insegurança, quanto à origem e manipulação dos alimentos, criou um ambiente propício para o manejo dos costumes alimentares contemporâneos, levando ao preparo das refeições no domicílio em detrimento do consumo via serviços de alimentação, assim como o trânsito em feiras e centros comerciais. O segmento de serviços de alimentação viu o seu faturamento encolher, assim como a renda das famílias.

Nesse cenário, o serviço de *delivery* tornou-se a principal estratégia para manter as atividades do setor de alimentos, despontando como alternativa para aqueles menos dispostos a sair de casa. Cabe frisar que o serviço já era utilizado, porém ganhou destaque neste período. Além disso, outros serviços como *Drive-Thru*, retirada da alimentação sem sair do carro, e o *Take Out*, o qual se retira a refeição para consumir em outro local, também foram adotados. Contudo, o serviço de entrega em domicílio (*delivery*) continuou sendo o mais utilizado devido à facilidade de implantação, o baixo custo e a comodidade para o cliente, principalmente em Salvaterra.

Os estabelecimentos foram obrigados a adotar novos modelos de atendimento e serviço para garantir a renda. No entanto, muitos estabelecimentos, por serem considerados de pequeno porte, não gozavam de recursos para mudanças estruturais ou adaptações, obrigando-os ao encerramento das atividades.

Nessa fase da pandemia de Covid-19, cresceu significativamente o desemprego na região, já que a economia local desacelerou. Na prática, seja pela rotina de trabalho ou comodidade, a escolha pelos serviços de alimentação fora do lar proporcionou praticidade aos residentes de Salvaterra, conquistando novas estruturas familiares como casais sem filhos, mulheres no mercado de trabalho e profissionais solteiros, como consequência (in) direta do crescimento do serviço de *delivery*, alimentos pré-prontos e *fast foods*.

Portanto, a principal conclusão deste artigo é que a pandemia de Covid-19 restringiu, de forma considerável, a atuação dos serviços de alimentação em Salvaterra. Nesse cenário, porém, o serviço de *delivery* tornou-se a principal estratégia para manter as atividades do setor, despontando como alternativa para a população da região pela facilidade de implantação, baixo custo e, principalmente, pela comodidade dada ao cliente. Cabe ressaltar que outros serviços como o *Take Out* e o *Drive-Thru*, além da ampliação do atendimento virtual por meio de plataformas e mídias sociais, desempenharam importante papel em meio às restrições impostas durante a pandemia de Covid-19 na Ilha do Marajó.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABERC. Associação Brasileira de Empresas de Refeições Coletivas. *Mercado real*. 2021. Disponível em: <https://www.aberc.com.br/mercado-real>. Acesso em: 4 out. 2022.

ABIA. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. *ABIA anuncia resultados do setor em 2020 em coletiva de imprensa*. 2021. Disponível em: <https://www.abia.org.br/noticias/abia-anuncia-resultados-do-setor-em-2020-em-coletiva-de-imprensa>. Acesso em: 12 mar. 2022.

ABIA. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. *O mercado de food service: food service, um mercado em expansão*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE FOOD SERVICE, 13, 2020, [S.l.]. Resumo [...]. [S.l.]: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, 2020. Disponível em: <https://www.abia.org.br/cfs2020/omercadofoodservice.html>. Acesso em: 14 mar. 2022.

AGÊNCIA BRASIL. *Brasil confirma o primeiro caso do novo coronavírus*. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 17 jun. 2022.

AGÊNCIA BRASIL. *Indústria de alimentos e bebidas faturou R\$ 699,9 bi em 2019*. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-02/industria-de-alimentos-e-bebidas-faturaram-r-6999-bi-em-2019>. Acesso em: 12 mai. 2022.

AGÊNCIA BRASIL. *Primeiro caso de COVID-19 pode ter surgido na China em outubro de 2019*. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2021-06/primeiro-caso-de-covid-19-pode-ter-surgido-na-china-em-outubro-de-2019>. Acesso em: 17 jan. 2022.

ANGNES, D. L.; MOYANO, C. A. M. Atributos de escolha em serviços de restaurantes: um estudo exploratório. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 7, n. 2, p. 317-336, 2013. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/607/pdf>. Acesso em: 10 mar. 2022.

AVELAR, A. E.; REZENDE, D. C. Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras – MG. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 15, n. 1, p. 137-152, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/1417>. Acesso em: 11 mar. 2022.

BEZERRA, I. N. et al. Consumo de alimentos fora do lar no Brasil segundo locais de aquisição. *Revista Saúde Pública*, Fortaleza, v. 51, p. 15, 2017. Disponível em: [https://www.scielo.br/j/rsp/a/4TB7KZ5ShHHSnz9Qhzc5TFb/?format=pdf&lang=pt#:~:text=RESULTADOS%3A%20A%20aquisi%C3%A7%C3%A3o%20de%20alimentos,idosos%20\(24%2C%25\)](https://www.scielo.br/j/rsp/a/4TB7KZ5ShHHSnz9Qhzc5TFb/?format=pdf&lang=pt#:~:text=RESULTADOS%3A%20A%20aquisi%C3%A7%C3%A3o%20de%20alimentos,idosos%20(24%2C%25)). Acesso em: 10 mar. 2022.

BORGES, J. M. F. *O Futuro do Food Service*. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/K216672.pdf. Acesso em: 22 set. 2022.

BRASIL. Governo Federal. Ministério da Economia. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. *Comportamento do mercado de trabalho brasileiro em duas recessões: análise do período 2015-2016 e da pandemia de COVID-19. Nota Técnica*, Brasília, n. 92, fev., 2021. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/210210_nt_disoc_n_92.pdf. Acesso em: 11 mar. 2022.

BRASIL. Governo Federal. Ministério da Economia. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. *O coronavírus e seu impacto econômico no Brasil*. Brasília. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/notas-informativas/2020/nota-informativa-coronavirus.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2021.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Grupo Executivo Interministerial. *Plano de Desenvolvimento Territorial Sustentável para o Arquipélago do Marajó*. Brasília: Casa Civil, 2007. Disponível em: <https://www.gov.br/sudam/pt-br/assuntos/planos-de-desenvolvimento/planodedesenvolvimento territorialmarajo2017.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

CARVALHO, A. C.; CARVALHO, D. F. Consequências do novo coronavírus na economia do Brasil: perspectiva de compreensão econômica e estatística do problema. *Papers do NAEA*, Belém, v. 29, n. 1, p. 102-119, 2020 (Dossiê Crise e Pandemia). Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/pnaea/article/view/8845/6271#>. Acesso em: 17 jan. 2022.

CARVALHO, A. C.; CARVALHO, D. F.; SANTOS, C. S. Brasil como epicentro da crise da Covid-19 na América Latina e as prováveis consequências em estratificações socioeconômicas mais vulneráveis: uma perspectiva de compreensão do papel do Estado e da social-democracia centrada em John Maynard Keynes. *Espacio Abierto*, v. 29, n. 4, p. 139-177, out./dez., 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/122/12265803013/>. Acesso em: 4 jan. 2022.

CARVALHO, A. C.; CARVALHO, D. F.; CASTRO, A. C. A concepção de movimento cíclicos em tempos de crise pandêmica: implicações socioeconômicas da Covid-19 no Brasil. *Espacio Abierto*, v. 31, n. 3, p. 106-135, jul./set., 2022. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/122/12265803013/>. Acesso em: 28 nov. 2022.

COLLAÇO, J. H. L.; BARBOSA, F. A. C.; ROIM, T. P. B. Cidades e Consumo Alimentar: Dinâmicas socioculturais de comer no espaço urbano. *Revista Coleção Diferenças – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade Federal de Goiás, Goiânia*, v. 1, 2017. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/ebook_cidades_consumo1.pdf. Acesso em: 23 set. 2022.

COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no Brasil: consequências e medidas de enfrentamento. *Revista de Administração Pública*, v. 54, n. 4, p. 40-42, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/SGWCFyFzjzrDwgDJYKcdhNt/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 21 mar. 2022.

FIGUEIREDO, N. M. A. (org.). *Método e Metodologia na Pesquisa Científica*. 3. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

FINKLER, R.; ANTONIAZZI, N.; CONTO, S. M. Os impactos da pandemia de covid-19: uma análise sobre a situação dos restaurantes. *Revista Turismo & Cidades*, São Luís, v. 2, ed. esp., p. 88-103, set., 2020. Disponível em: <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/14658/8063>. Acesso em: 21 mar. 2022.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1991.

HECK, M. C. Comer como atividade de lazer. *Revista Estudos Históricas*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 33, p. 136-146, jan./jun., 2004. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2212>. Acesso em: 21 mar. 2022.

IBGE. Censo 2022. Comer fora de casa consome um terço das despesas das famílias com alimentação. 2019. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/25607-comer-fora-de-casa-consome-um-terco-das-despesas-das-familias-com-alimentacao.html>. Acesso em: 13 mar. 2022.

IBGE. Cidades e Estados: Salvaterra. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pa/salvatererra.html>. Acesso em: 10, mar. de 2021.

INSTITUTO FOODSERVICE BRASIL. Delivery IFB. 2019. Disponível em: https://www.institutofoodservicebrasil.org.br/_files/ugd/05b3of_ae37323b694449a6bc5f62169e40d191.pdf?index=true. Acesso em: 16 de mar. de 2022.

LEAL, D. Crescimento da alimentação fora do domicílio. *Segur. Alimentar e Nutrição*, Campinas, v. 17, n. 1, p. 123-32, 2010. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634806>. Acesso em: 11 mar. 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MARTINS, M. L. A. *A pandemia pela COVID-19 e o impacto no setor de alimentação fora do lar (AFL): um panorama*. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2020. Disponível em <https://cursos.ufrrj.br/grad/hotelaria/files/2020/10/Outubro-Prof-a-Maria-Lúcia.pdf>. Acesso em: 29 set. 2022.

QUEIROZ, P. W. V.; COELHO, A. B. Alimentação Fora de Casa: uma Investigação sobre os determinantes da decisão de consumo dos domicílios brasileiros. *Análise Econômica*, Porto Alegre, ano 35, n. 67, p. 67-104, mar. 2017.

OLIVEIRA, T. C.; ABRANCHES, M. V.; LANA, R. M. Food (in)security in Brazil in the context of the SARS-CoV-2 pandemic. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 36, n. 4, abr., 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/TBP3jQfHtrcNpYJ4zQvXzQk/?lang=en>. Acesso em: 13 mar. 2022.

REBELATO, M. G. Uma análise sobre a estratégia competitiva e operacional dos restaurantes self-service. *Revista Gestão & Produção*, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 321-334, dez. 1997. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/RyqwQZjGP4966yvsXgmvkqB/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2022.

REZENDE, A. A.; MARCELINO, J. A.; MIYAJI, M. A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de COVID-19. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, Boa Vista, v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. Disponível em: <https://revista.ufrr.br/boca/article/view/Rezendeetal/2961>. Acesso em: 11 mar. 2022.

SALVATERRA. Prefeitura Municipal de Salvaterra. *Economia: Gestão 2021-2024*. 2021. Disponível em: www.prefeituradesalvatererra.pa.gov.br. Acesso em: 10 out. 2022.

SEBRAE. Nota conjuntural setor de alimentos: estabelecimentos e empregos formais no Rio de Janeiro. *Observatório das Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, n. 18, 2012. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_dez12_alim.pdf. Acesso em: 11 mar. 2022.

SEBRAE. *Tendências para alimentação fora do lar*. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/tendencias-para-alimentacao-fora-do-lar,65f779202b07e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 mar. 2022.

SEBRAE. *Segmento Alimentação fora do lar: Relatório consolidado*. 2016. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/alimentacao_fora_lar_2016.pdf. Acesso em: 19 jun. 2022.

SILVA, Bernardo Lessa Amaral. *Investigação e análise de estratégias de gestão utilizadas pelo segmento de alimentação fora do lar durante a crise do coronavírus*. 2020. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Produção) – Departamento de Engenharia de Produção, Escola de Engenharia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/14867/Projeto%20Final%20-%20Bernardo%20Lessa%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 mar. 2022.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, M. L.; SILVA, R. A. *Economia Brasileira Pré, durante e pós-pandemia do COVID-19: Impactos e reflexões*. Observatório Socioeconômico da COVID-19, Santa Maria, 2020. Disponível em: https://www.oscovid19.cloud.ufsm.br/media/documents/2021/03/29/Textos_para_Discuss%C3%A3o_07_-_Economia_Brasileira_Pr%C3%A9_Durante_e_P%C3%B3s-Pandemia.pdf. Acesso em: 11 mar. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ – UFPA. Grupo de Estudo e Pesquisa Trabalho e Desenvolvimento na Amazônia. *Relatório Analítico do território do Marajó*. Belém: Universidade Federal do Pará, 2012. 79 p. Disponível em: <http://sit.mda.gov.br/download/ra/ra129.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

ANEXO**QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES DOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO
MUNICÍPIO DE SALVATERRA ILHA DO MARAJÓ, ESTADO DO PARÁ**

1. Qual o seu nome?

2. Qual a sua idade? (marcar apenas uma)

18 a 30 anos.

44 a 56 anos.

31 a 43 anos.

57 anos ou acima.

3. Estado civil? (marcar apenas uma)

Solteiro.

Divorciado.

Casado.

Outro: _____.

União estável.

4. Quantas pessoas moram com você?

5. Qual o seu nível de escolaridade? (marcar apenas uma)

Fundamental.

Superior incompleto.

Médio.

Outro: _____.

Superior.

6. Qual a sua renda mensal? (marcar apenas uma)

Até dois (2) salários

Acima de três (3) até cinco

(5) salários.

Acima de dois (2) até três (3) salários.

Acima de cinco (5) salários.

7. A pandemia afetou sua renda? (marcar apenas uma)

Sim

Não

8. Quais as suas principais fontes de informação? (marcar apenas uma)

TV .

Internet.

Rádio.

Outro: _____.

Revista.

9. Caso seja internet, especifique: (marcar apenas uma)

WhatsApp.

Outro: _____.

Instagram.

Sites.

Facebook.

Twitter.

10. Antes da pandemia, com que frequência costumava fazer refeições fora de casa?
(marcar apenas uma)

Todos os dias.

Raramente.

Três (3) vezes na semana.

Nunca.

Aos finais de semana.

Outro: _____.

11. Antes da pandemia, que tipo de serviço de alimentação costumava utilizar? (marcar apenas uma)

- Restaurante . Hamburgueria.
 Lanchonete. Padaria.
 Pizzaria. Outro: _____.
 Sobremesas.

12. Quais aspectos você considerava ao escolher o local para consumo? (marcar apenas uma)

- Preço. Forma de pagamento.
 Localização . Higiene.
 Ambiente. Rapidez na entrega.
 Delivery. Atendimento.
 Cardápio. Variado.
 Qualidade. Outro: _____.
 Embalagem.

13. Durante a pandemia, quais aspectos você considera ao escolher o local para consumo? (marcar apenas uma)

- Preço. Forma de pagamento.
 Localização . Utilização de equipamentos de proteção.
 Ambiente. O distanciamento social.
 Cardápio variado. Higienização de superfícies e materiais.
 Atendimento. Disponibilidade de pia e/ou álcool de gel.
 Delivery. Embalagem
 Qualidade. Outro: _____.
 Rapidez na entrega.

14. Qual o seu grau de preocupação com a pandemia? (marcar apenas uma)

- Não estou preocupado. Preocupado.
 Um pouco preocupado. Muito preocupado.

15. Quais medidas têm sido adotadas como forma de prevenção? (marcar apenas uma)

- Evito aglomerações.
 Fico em casa.
 Deixei de frequentar ambientes coletivos como bares, restaurantes e lanchonetes.
 Outro: _____.

16. Sobre o serviço de entrega em domicílio (*delivery*) antes da Pandemia? (marcar apenas uma)

- Não utilizava. Utilizava com frequência.
 Utilizava com pouca frequência.

17. Sobre o serviço de entrega em domicílio (*delivery*) durante a Pandemia? (marcar apenas uma)

- Não utilizo ou raramente utilizo. Passei a utilizar mais.
 Utilizo da mesma forma que antes Utilizo somente delivery em meus pedidos.

18. O que mudou em seus hábitos alimentares durante a pandemia? (marcar apenas uma)

Com a Pandemia, agora preparo minhas próprias refeições em casa.

Eu já preparava minhas refeições e agora continuo preparando.

Deixei de consumir alimentos ofertados pelos serviços de alimentação (restaurante, lanchonete etc.)

Reduzi o consumo de alimentos ofertados pelos serviços de alimentação (restaurante, lanchonete etc.)

Aumentei o consumo de alimentos ofertados pelos serviços de alimentação (restaurante, lanchonete etc.)

19. Qual a via de comunicação mais utilizada para realizar os seus pedidos? (marcar apenas uma)

Mensagem de texto .

Presencial.

Telefone.

Outro: _____.

20. Houve reajuste nos preços dos alimentos ofertados pelos serviços de alimentação (restaurante, lanchonete etc.)? (marcar apenas uma)

Sim.

Não.

21. Você se preocupa com o preparo do alimento quando utiliza o serviço de alimentação? (marcar apenas uma)

O preparo dos alimentos.

Como é transportado.

Como é embalado

Outro: _____

TERMO DE CONSENTIMENTO PARA PESQUISA

Declaro que concordei em participar voluntariamente desta pesquisa de campo referente ao artigo, intitulado: “CARACTERIZAÇÃO DOS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS PROVOCADOS PELA PANDEMIA DO DE COVID-19 NOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SALVATERRA, ILHA DO MARAJÓ, ESTADO DO PARÁ”, desenvolvido por Jatniel Ramos Monteiro, concluinte do curso de Economia da Faculdade de Ciências Econômicas (FACECON) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Na ocasião, fui informado(a) ainda que a pesquisa é coordenada e orientada pelo Prof. Dr. André Cutrim Carvalho da UFPA e pela Profa. Dra. Carmelita de Fátima Amaral Ribeiro da Universidade do Estado do Pará (UEPA), a quem poderei consultar a qualquer momento que julgar necessário pelo e-mail: andrec83@gmail.com e/ou carmelita.uepa@gmail.com (marcar apenas uma)

Aceito participar.

Não aceito participar.