

COVID-19:

O MAIOR DESAFIO DO SÉCULO XXI

JHONAS GERALDO PEIXOTO FLAUZINO
(ORGANIZADOR)



COVID-19:

O MAIOR DESAFIO DO SÉCULO XXI

JHONAS GERALDO PEIXOTO FLAUZINO
(ORGANIZADOR)



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Biológicas e da Saúde**

Profª Drª Aline Silva da Fonte Santa Rosa de Oliveira – Hospital Federal de Bonsucesso

Profª Drª Ana Beatriz Duarte Vieira – Universidade de Brasília

Profª Drª Ana Paula Peron – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília

Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás



Prof. Dr. Cirênio de Almeida Barbosa – Universidade Federal de Ouro Preto
Prof^o Dr^a Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Prof^o Dr^a Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof^o Dr^a Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Prof^o Dr^a Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Prof^o Dr^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof^o Dr^a Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof^o Dr^a Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Prof^o Dr^a Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Aderval Aragão – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Prof^o Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Prof^o Dr^a Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof^o Dr^a Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Maurilio Antonio Varavallo – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Prof^o Dr^a Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Prof^o Dr^a Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Prof^o Dr^a Sheyla Mara Silva de Oliveira – Universidade do Estado do Pará
Prof^o Dr^a Suely Lopes de Azevedo – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí
Prof^o Dr^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Welma Emídio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco



Covid-19: o maior desafio do século XXI

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Jhonas Geraldo Peixoto Flauzino

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C873 Covid-19: o maior desafio do século XXI / Organizador
Jhonas Geraldo Peixoto Flauzino. – Ponta Grossa - PR:
Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0300-5

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.005222207>

1. Pandemia - Covid-19. I. Flauzino, Jhonas Geraldo
Peixoto (Organizador). II. Título.

CDD 614.5

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

No dia 31 de dezembro de 2019, foi confirmado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), um surto de pneumonia SARS-COV-2 na cidade Wuhan, China de etiologia ainda desconhecida até então. Posteriormente, teve-se como agente causal da doença o vírus SARS-CoV-2, nome oficial que significa Síndrome Respiratória Aguda Grave de Coronavírus 2, e, devido ao alto índice de casos confirmados até final de janeiro, na China, a situação foi declarada pela OMS como caso de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional.

A partir disso, a OMS declarou, em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional, o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela Organização Mundial da Saúde como uma pandemia (BRASIL, 2020).

Conhecida como COVID-19, a doença é causada por um vírus que tem grande rapidez de disseminação e, assim sendo, a população precisou se adaptar para tomar os devidos cuidados, bem como os profissionais das diversas áreas precisaram passar por cuidados relacionados à saúde e seguir os protocolos adotados pelo sistema de saúde (ALMEIDA, 2020).

Conforme Silva et al. (2021), a COVID-19 provocou impactos globais que se manifestaram na economia, na sociedade, no aspecto acadêmico, fazendo com que todos tivesse que se “reinventar” para atender ao novo cenário.

Nesse sentido, a presente coletânea, apresenta estudos que investigaram os impactos da pandemia nos diferentes setores da sociedade. É composta por trabalhos de grande relevância, apresentando estudos sobre experimentos e vivências de seus autores, o que pode vir a proporcionar aos leitores uma oportunidade significativa de análises e discussões científicas.

Que o entusiasmo acompanhe a leitura de vocês!

Jhonas Geraldo Peixoto Flauzino

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A VIOLÊNCIA NO CONTEXTO DO ISOLAMENTO SOCIAL DA PANDEMIA DA COVID-19 NO ESTADO DO AMAZONAS

Michelle Silva de Oliveira
Larissa Pereira Duarte
Barbarah Albuquerque Bentes
Lucélia Soares de Menezes Tavares
Giovanna Lima da Costa
Márcia Cristina Gomes dos Anjos
Maria Gabriela Teles de Moraes
Thalita de Aguiar Oliveira
Ana Paula dos Santos Costa
Danielly Santos de Sousa
Erian de Almeida Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222071>

CAPÍTULO 2..... 13

AÇÕES DE TELEMEDICINA – VISITA DOMICILIAR (VD) VIRTUAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Augusto Fey
Marcelo Vier Gambetta
Mateus Cruz Fontanella
João Vilson Cláudio Teixeira
Eduardo Beduschi Voelz
Tatiane Muniz Barbosa
Alex Sandro Oliveira
Itairan da Silva Terres
Lilian Adriana Borges

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222072>

CAPÍTULO 3..... 37

AUTOMEDICAÇÃO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19, AS PRINCIPAIS CONSEQUÊNCIAS GERADAS POR TAL PRÁTICA E A ATUAÇÃO DO FARMACÊUTICO NESTE CONTEXTO

Idimila Bastos Damaceno da Silva
Liliana Márcia Paz de Albuquerque Martins
Anna Maly de Leão e Neves Eduardo
Axell Donelli Leopoldino Lima

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222073>

CAPÍTULO 4..... 45

AVALIAÇÃO DA IMUNIDADE À COVID-19 E DA FUNÇÃO CARDIORRESPIRATÓRIA NA POPULAÇÃO DA BEIRA BAIXA

Patrícia Coelho
Inês Ribeiro

Manuel Martins
Joana Liberal
Adriana Santos
Catarina Gavinhos
Cristina Carrondo
Francisco Rodrigues

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222074>

CAPÍTULO 5..... 50

COVID-19 E COMORBILIDADES: RESULTADOS PRELIMINARES DO PROJETO BB&CoVID

Maria Cristina Carrondo
Patrícia Coelho
Joana Liberal
Catarina Gavinhos
Manuel Martins
Inês Ribeiro
Adriana Santos
Francisco Rodrigues

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222075>

CAPÍTULO 6..... 64

COVID - 19 E O SISTEMA IMUNOLÓGICO

Oscar Gutiérrez Huamani
Christofer Raúl Alanya Mejía
Edwin Héctor Eyzaguirre Maldonado
Ruth Lozano Guillen

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222076>

CAPÍTULO 7..... 70

COVID-19 EM PACIENTES PORTADORES DE ESCLEROSE MÚLTIPLA: REVISÃO DE LITERATURA

Allana Vitória Oliveira Teixeira
Ainatna Adgena de Carvalho Santos
Lis Campos Ferreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222077>

CAPÍTULO 8..... 80

FATORES ASSOCIADOS À HOSPITALIZAÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES POR COVID-19: REVISÃO SISTEMÁTICA

Kelly Cristina Michalczyzyn
Sueli Mutsumi Ichisato Tsukuda
Angélica Yukari Takemoto
Roberta Rossa
Larissa Silva Bergantini
Bruna Alves de Jesus Vieira
Flavia Cristina Vieira Frez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222078>

CAPÍTULO 9..... 96

IMPACTO DA PANDEMIA (COVID-19) NA ALIMENTAÇÃO DE DOENTES COM PSORÍASE

Ana Cristina Mendes Ferreira da Vinha

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0052222079>

CAPÍTULO 10..... 117

O IMPACTO DA COVID-19 NA AUDIÇÃO: REVISÃO INTEGRATIVA

Gabriela Guenther Ribeiro Novanta

Andressa Sousa Queiroz

Glaucia Cristiane Carvalho Alves

Karen Kinsin Sousa Oliveira

Giovanna de Saboia Bastos

Marlene Escher Boger

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220710>

CAPÍTULO 11..... 127

IMPACTOS DO COVID-19 NO PROCESSO DA AMAMENTAÇÃO

Gabriella Araújo Carnib Capelari

Jadenn Rubia Lima Costa

Carla Karine Figueiredo Lopes

Bruna katarine Beserra Paz

Maria Bernardete Barros Figueiredo

Elias Victor Figueiredo dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220711>

CAPÍTULO 12..... 141

PACIENTES ONCOLÓGICOS E A PANDEMIA DA COVID-19: ASPECTOS CONTRIBUTIVOS PARA A PRÁTICA DE ENFERMAGEM

Amaralina Pimenta Muniz

Vivian Cristina Gama Souza Lima

Marcela Pimenta Guimarães Muniz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220712>

CAPÍTULO 13..... 154

PANDEMIA E VIOLÊNCIA: UM ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID-19 NO CONTEXTO DAS OPERAÇÕES POLICIAIS NO RIO DE JANEIRO

Veronica Azevedo Wander Bastos

Edna Raquel Rodrigues Santos Hogemann

Juliana Maria Eduardo Marinho

Priscilla Nóbrega Vieira de Araújo

Rhayssa Dandara Guimarães Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220713>

CAPÍTULO 14..... 165

PROVÁVEL ASSOCIAÇÃO ENTRE TONTURA E MÁ QUALIDADE DO SONO EM PESSOAS APÓS A FORMA GRAVE DA COVID-19

Bianca Weiss Faria
Pricila Perini Rigotti Franco
Glória de Moraes Marchiori
Vitoria de Moraes Marchiori
Daiane Soares de Almeida Ciquinato
Braulio Henrique Magnani Branco
Luciana Lozza de Moraes Marchiori

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220714>

CAPÍTULO 15..... 172

QUALIDADE DE VIDA NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19: DESAFIOS PARA A SAÚDE

Renata Dellalibera-Joviliano
Janaína Emerick Gerosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220715>

CAPÍTULO 16..... 183

QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE APLICATIVO DE DELIVERY DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Glenda Aline Reis da Rocha
Heliane Soares Martins
Jaime Barros da Silveira
Renata Novaes da Silva
Fabiola Alves Cereja
Luciano Messias Simões

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220716>

CAPÍTULO 17..... 201

TECNOLOGIAS EM SAÚDE ADOTADAS COMO ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO NO PERÍODO PANDÊMICO

Fernanda Norbak Dalla Cort
Odair Bonacina
Ana Flavia Carvalho
Samuel da Silva Feitosa
Leila Zanatta

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220717>

CAPÍTULO 18..... 215

TRATAMENTOS TERAPÊUTICOS PARA PACIENTES COM INSUFICIÊNCIA RESPIRATÓRIA EM VIRTUDE DO ACOMETIMENTO DE COVID-19

Denise Miranda Silva
Lilian Melo de Miranda Fortaleza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220718>

CAPÍTULO 19	227
TREINAMENTOS EM CASA: ESCOLARES ATLETAS DE GINÁSTICA RÍTMICA EM TEMPOS DA PANDEMIA COVID 19	
Chrystiane Vasconcelos Andrade Toscano	
Leticia França Gonçalves	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220719	
CAPÍTULO 20	241
' <i>UM TIRO DE MISERICÓRDIA</i> ': VIVÊNCIAS DE ARTISTAS DE CENA DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 E REPERCUSÕES NA SAÚDE MENTAL	
Helder de Pádua Lima	
Kelva Cristina de Oliveira Saraiva	
Edianicy Frota Lopes Vasconcelos	
Francisco Daniel Brito Mendes.	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.00522220720	
SOBRE O ORGANIZADOR	252
ÍNDICE REMISSIVO	253

QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE APLICATIVO DE DELIVERY DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Data de aceite: 04/07/2022

Glenda Aline Reis da Rocha

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará

Heliane Soares Martins

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará

Jaime Barros da Silveira

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará

Renata Novaes da Silva

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará
<http://lattes.cnpq.br/4751132378174399>

Fabíola Alves Cereja

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará
<http://lattes.cnpq.br/4434149523451690>

Luciano Messias Simões

Faculdade Cosmopolita
Belém - Pará
<http://lattes.cnpq.br/5149266463669779>

RESUMO: A crise sanitária da COVID-19 implicou em medidas de isolamento social, que impulsionaram o uso das plataformas de delivery. Desta forma, o presente artigo tem como objetivo identificar o nível da qualidade percebida pelos consumidores de serviços de aplicativos de delivery, durante o período pandêmico. Para tanto, foi aplicado um questionário em uma

amostra não-probabilística por conveniência, baseado no modelo SERVQUAL com escala Likert, contemplando vinte e duas questões distribuídas em cinco dimensões da qualidade: tangibilidade; confiabilidade; responsividade; segurança e empatia. A classificação do nível crítico dos GAP's foi realizada através do método dos quartis. O questionário apresenta confiabilidade alta, com Coeficiente Alfa de Cronbach de 0,89. O nível médio geral de qualidade percebida pelos consumidores foi de -1,11, o que indica uma lacuna entre a expectativa e o serviço percebido pelos consumidores. Mostra-se necessário direcionamento de ações estratégicas dos aplicativos de delivery, em especial, na dimensão Confiabilidade, uma vez que se mostrou presente nos quartis de prioridade crítico e alto. Recomenda-se a adesão de ferramentas baseadas nas relações entre clientes e empresas para transformar as lacunas em melhorias para o serviço prestado.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade em serviços, Qualidade percebida, SERVQUAL.

QUALITY OF APP DELIVERY SERVICES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ABSTRACT: The COVID-19 health crisis implied social isolation measures, which boosted the use of delivery platforms. In this way, this article aims to identify the level of quality perceived by consumers of delivery application services during the pandemic period. Therefore, a questionnaire was applied to a non-probabilistic convenience sample, based on the SERVQUAL model with Likert scale, covering twenty-two questions distributed in five quality dimensions: tangibility;

reliability; responsiveness; security and empathy. The classification of the critical level of the GAP's was performed using the quartile method. The questionnaire has high reliability, with Cronbach's Alpha Coefficient of 0.89. The overall average level of quality perceived by consumers was -1.11, which indicates a gap between the expectation and the service perceived by consumers. It is necessary to direct strategic actions of delivery applications, especially in the Reliability dimension, since it was present in the critical and high priority quartiles. It is recommended to use tools based on relationships between customers and companies to transform gaps into improvements for the service provided.

KEYWORDS: Quality in services, Perceived quality, SERVQUAL.

1 | INTRODUÇÃO

Com a chegada da pandemia da COVID-19 (Corona Vírus Disease 2019), uma situação que afeta a saúde e hábitos de toda uma população, em especial, os empreendedores do ramo de restaurantes, que tem como desafio, a adaptação a esse novo cenário, de forma a atender as medidas de distanciamento social e a seus clientes, para continuar desenvolvendo suas atividades econômicas e se manter no mercado (FINKLER, 2020).

Segundo Prado (2020) diante da pandemia do COVID-19, ficou acentuada a adesão aos serviços de entrega de alimentos em domicílio (delivery), pelos restaurantes, como forma de ultrapassar as barreiras impostas pela pandemia e continuar com suas atividades econômicas. Apesar do setor de serviços de alimentação ter tido 32% das empresas interrompidas temporariamente ou fechadas e 5% mantiveram suas atividades normais durante a pandemia, 63% continuaram funcionando, porém, adotando mudanças em suas atividades (DATASEBRAE, 2020).

O Serviço de delivery está associado a segurança e facilidade, onde o cliente não precisa sair de casa para ter acesso a serviços ou produtos, na sua maioria o serviço é realizado por motocicletas, o crescimento do delivery está ligado direto ao uso de aplicativos e plataformas de e-commerce (OIMENU, 2020).

Houve um crescimento no setor de serviços de 1% em 2019, embora tenha ocorrido uma queda de 0,4% em dezembro do mesmo ano. Já em setembro de 2020, após várias taxas negativas, que coincidiram com o início da pandemia, o setor teve um aumento de 1,8%, em relação a agosto, embora apresente uma taxa de -7,2% se comparada ao mesmo período do ano anterior (IBGE, 2020a).

Quando se trata de restaurantes, deve-se pensar nos fatores que levam as pessoas a usar os serviços daquele restaurante e não o seu concorrente. Fatores esses que vão do atendimento das necessidades mais simples até as mais complexas (COSTA et al, 2016).

As empresas requerem apresentar produtos e serviço de boa qualidade, tendo em vista que sua lucratividade depende dos seus clientes e da conquista de novos consumidores (NASCIMENTO et al, 2018).

Segundo Toledo et al (2017) o conceito de qualidade é relativo a cada pessoa que interpreta as características identificadas e observadas de coisas ou pessoas. Pode-se dizer então que o conceito de qualidade é subjetivo.

A qualidade é percebida diante da performance do serviço oferecido, sendo ainda comparado a outro serviço já oferecido ao cliente, onde, o mesmo tomará a decisão de escolher o mesmo restaurante ou não futuramente (SIMAS et al, 2017).

A qualidade em serviços nunca foi tão explorada pelas organizações e pelos consumidores, quanto neste atual cenário pandêmico. A necessidade de conhecer quais atributos são esperados e/ou prestigiados pelos consumidores de dado serviço prestado por uma empresa, dá a mesma a oportunidade de adotar melhorias e assim atender as necessidades e superar as expectativas desse consumidor, tornando-o um cliente fiel (KOROCOSKI et al, 2016).

O serviço de delivery no atual cenário de pandemia da COVID-19, se consolidou como escape das empresas do setor de alimentos, onde 28,6% desses estabelecimentos alteraram a forma de entrega do serviço, assim como a transição de novos estabelecimentos para os serviços online (IBGE, 2020b). Tal mudança se deu em vista que, os estabelecimentos gastronômicos tiveram que fechar as portas ao público e funcionar somente via entrega para evitar aglomerações, mediante ao decreto do Governo Federal nº 10.282 de 2020 (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, OFÍCIO N° 1605-2020).

Desta forma, mediante as mudanças no ambiente mercadológico devido a pandemia do Covid-19 e as novas exigências dos consumidores que buscam cada vez mais serviços que atendam suas necessidades, o presente estudo buscou analisar: Qual o nível de qualidade percebida pelos consumidores dos serviços de delivery, durante a pandemia da COVID-19?

Diante do exposto, a presente pesquisa tem como objetivo geral identificar o nível da qualidade percebida pelos consumidores de serviços de delivery, durante o período de pandemia. Para alcançar o objetivo geral, o estudo tem como objetivos específicos: analisar a percepção dos consumidores e; identificar os GAPS de qualidade no serviço de delivery.

A qualidade percebida pelos consumidores é fundamental para a mensuração do serviço de uma empresa, sendo ainda possível a oportunidade da mesma de agregar valores, manter sua clientela satisfeita e tornar possível a sua indicação a novos consumidores (KOROCOSKI et al, 2016).

A qualidade influencia o desempenho do serviço, logo, está diretamente ligada ao valor agregado e satisfação de seus clientes (NASCIMENTO et al, 2017). A qualidade em serviços deixou de ser vista como uma estratégia de diferencial competitivo, passando a se tornar um dos elementos indispensáveis na sobrevivência de uma organização (SIMAS et al, 2017).

Dentro do setor de serviços, está inserido o segmento de alimentação, mais especificadamente o ramo de restaurante, que vêm apresentando uma expansão anual

de 10% no mercado (SEBRAE, 2019). Isso demonstra que os empreendedores que atuam nesse setor necessitam de estratégias para manter o seu negócio, diante da concorrência, uma dessas estratégias, pode-se destacar a qualidade na prestação de serviço.

No cenário antes da pandemia da COVID-19, o serviço de delivery já apresentava crescimento notório, tendo uma previsão de movimentação de R\$ 18 bilhões (ABRASEL, 2020). Com os anúncios dos decretos pelo Governo Federal e pelas autoridades locais, os estabelecimentos que antes ainda não tinham o serviço, fizeram sua aquisição, tornando esse crescimento ainda mais significativo (LARGHI, 2020).

O presente trabalho se justifica pelo crescimento do serviço de delivery, impulsionado durante a pandemia da COVID-19, devido ao fechamento dos estabelecimentos gastronômicos ao público, como forma de evitar a propagação do vírus. Tal crescimento está em torno de 72%, quando comparado a 2019 (PAIVA, 2020).

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

A Escola da qualidade surgiu juntamente com a indústria moderna, onde houve a preocupação com irregularidade dos processos produtivos, assim como, a redução dos desperdícios e aquisição de estratégias para melhorar a qualidade, com foco no cliente (MAXIMIANO, 2011).

Segundo o autor supracitado, em 1920, tem início a Teoria da Qualidade, com a criação do conceito de qualidade, através da aplicação em uma produção por Walter A. Shewhart a partir da aplicação da chamada carta de controle, onde se realizava inspeções, classificação, contagem, avaliação e reparo, desta forma a retirada de produtos com defeitos e somente os melhores eram vendidos.

Em 1950, Willian Eduards Deming, sugere a qualidade com as mesmas preposições de Armand Feigenbaum, que em 1960 propõe que, a qualidade total começa na alta administração e é repassada para os níveis mais baixos da organização, onde a qualidade é aplicada na produção para redução de custos, por meios de ferramentas e controle estatístico e do conhecimento das necessidades dos clientes (CARPINETTI, 2016).

A Teoria da qualidade total nos anos 80, teve um novo conceito, criado por Kaoru Ishikawa que evoluiu os princípios e técnicas de qualidade, criando dessa forma o círculo da qualidade total, onde afirma que a mesma inicia-se no fornecedor, que aprimora a qualidade da matéria prima fornecida, passando pelas organizações e produção pela otimização do espaço e otimização da produção até atender as necessidades dos clientes (SOUZA, 2018).

Porém, a qualidade não pode ser uma imposição ao cliente, a percepção de qualidade depende da necessidade individual de cada cliente. Desta forma as organizações tendem a ser mais flexíveis, com um olhar voltado para as mudanças do ambiente ao seu redor, que alteram as necessidades dos clientes (SANTOS, 2013).

Contudo, para alcançar a satisfação do cliente, é preciso que as tomadas de decisões da organização e a produção, sejam feitas de forma a atender as necessidades ou superá-las, uma maneira de completar a satisfação do cliente (OLIVEIRA, 2012).

2.1 Qualidade

O conceito de qualidade é mutável, pois sofre transformações de acordo com as mudanças das expectativas do cliente. A qualidade de um serviço é percebida, através do alcance da satisfação. Assim, no serviço existem dois fatores de qualidade que devem ser observados: o serviço e a forma como eles são percebidos pelo cliente (RODRIGUES; ROCHA, 2019).

Existem casos em que a qualidade simplesmente é definida pela popularidade e prestígio da empresa, criados pela reputação do produto ou serviço prestado. Neste caso, a qualidade é vista a partir do consumidor e por isso se torna um fator subjetivo. Nesse caso, o foco é fazer: Agregar valor à marca, para que seja reconhecida pelo consumidor (GOZZI, 2015).

Para alcançar a qualidade, se faz necessário a redução da diferença que existe entre o que o cliente espera receber e o que é realmente oferecido a ele. Esta redução é feita com tomadas de decisões para melhoria contínua em itens que estejam nesta diferença percebida e mantendo os itens que atendam às necessidades, sendo possível atender a expectativa do cliente (JUNIOR, 2017).

Segundo Zamberlan et al (2017), a qualidade percebida, é o julgamento do consumidor em relação a excelência da forma de prestação do serviço pelo fornecedor, ou seja, uma forma de comparação entre o serviço prestado e sua expectativa esperada. A avaliação dos clientes sobre a qualidade dos serviços prestados, está ligado diretamente sobre o atendimento ou superação de suas expectativas (NASCIMENTO et al, 2017).

Segundo o estudo de Freitas e Barros (2016), 14 dimensões podem ser consideradas como critérios a serem avaliados para o conhecimento da qualidade do serviço: (I) Confiabilidade: habilidade para executar um serviço; (II) Receptividade: pro atividade; (III) Segurança: conservação e manipulação dos produtos; (IV) Empatia: atendimento às necessidades do cliente; (V) Qualidade do produto: preparo e apresentação do produto; (VI) Condições do ambiente: características do espaço que o restaurante oferece; (VII) Limpezas: a higiene; (VIII) Instalações: arquitetura; (IX) Layout: organização dos módulos do restaurante; (X) Equipamentos eletrônicos: usados como forma de entretenimento; (XI) Conforto no assento: características do assento; (XII) Service Staff: apresentação dos funcionários; (XIII) Table Settings: melhor aplicada em restaurantes de consumidores de classe alta, pois, tende a oferecer itens de uso de alta qualidade; (XIV) Ações Ambientais: ações racionais que o restaurante realiza para a o melhor uso dos seus recursos.

De acordo com os autores, a qualidade percebida em serviços está fortemente relacionada à satisfação dos consumidores, sendo essencial para atrair e reter clientes.

Estudos vêm sendo realizados a fim de desenvolver ferramentas e técnicas adequadas, que gerem resultados críveis e válidos para a mensuração da qualidade percebida em serviços (BRESSAN et al, 2015).

A qualidade em serviço, é percebida de forma instantânea, logo após a prestação do mesmo. Desta forma, o consumidor pode exercer influência no processo produtivo deste serviço, mediante sua satisfação ou insatisfação (FONSECA et al, 2017). É importante lembrar que os consumidores estão sempre buscando cada vez mais serviços de boa qualidade, de bom atendimento e que principalmente, atenda às suas necessidades, logo, as empresas que oferecem essas atribuições, possuem a oportunidade de fidelizar o cliente e maiores chances de serem indicadas pelo mesmo (SOUTO et al, 2016).

Desta maneira, para que a organização atinja a sua excelência em satisfazer a expectativa do consumidor, é fundamental realizar o monitoramento da mesma e ainda, da percepção deste cliente, para que a partir daí, possam tomar decisões para futuras melhorias nos seus serviços (SIMAS et al, 2017).

2.2 Ferramenta SERVQUAL e modelo de GAPS

Dentre as ferramentas que são utilizadas para mensurar a qualidade percebida dos serviços, a mais utilizada é a SERVQUAL. O modelo foi proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry em 1985, através de um estudo realizado, onde a qualidade é identificada através da diferença entre as expectativas dos clientes e suas percepções, ou seja, o desempenho percebido pelo consumidor (BRESSAN et al, 2015).

Segundo Zeithaml et al (2014), somente os clientes podem realizar julgamentos relevantes sobre a qualidade de um serviço, onde a percepção do mesmo, referente a qualidade é resultado de uma comparação feita entre as expectativas em relação a aquilo que lhe é oferecido.

De acordo com os autores supracitados, a ferramenta SERVQUAL é composta por duas etapas onde a primeira refere-se a expectativa e a segunda refere-se à percepção do serviço prestado diante da ótica do cliente. Ambas as etapas são compostas de 22 questões cada, baseadas nas cinco principais dimensões da qualidade que estão apresentadas no **quadro 1** a seguir.

DIMENSÕES		FATORES
Tangíveis.	Estrutura oferecida aos clientes	1. Equipamento moderno.
		2. Instalações visualmente agradáveis.
		3, funcionários com apresentação agradável e profissional.
		4. Material associados aos serviços visualmente agradável.
Confiabilidade	Habilidade para executar um serviço.	5. serviços oferecidos conforme prometidos.
		6. confiabilidade na resolução dos problemas e reclamações.
		7. Serviços realizados de forma correta pela primeira vez.
		8.serviços oferecidos no prazo prometido.
		9. registros mantidos sem erros
Responsividade	Prontidão nas providências e respostas.	10. Clientes mantidos informados sobre quando o serviço será realizado.
		11. Prontidão na realização dos serviços.
		12. Disposição para ajudar o cliente.
		13. Prontidão para responder às solicitações dos clientes.
Segurança	Transmissão de confiança e conhecimento.	14. Funcionários que transmitem confiança aos clientes.
		15. Segurança transmitida ao cliente durante a compra.
		16. Funcionários frequentemente cordiais.
		17. funcionários com conhecimento para as perguntas dos clientes.
Empatia	Habilidade de oferecer atenção e interesse.	18. Clientes recebendo uma atenção individual.
		19. Funcionários que tratam os clientes de forma atenciosa.
		20. Interesse genuíno demonstrado em servir o cliente.
		21. Funcionários que compreendem as necessidades dos seus clientes.
		22. Horário de funcionamento conveniente aos clientes.

Quadro 1- Dimensões e fatores

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de SILVA, 2018.

A lacuna que é encontrada entre a expectativa e a percepção é a medida de estudo utilizada no modelo dos 5 *GAPS* da qualidade de serviço inclusa na ferramenta SERVQUAL (ARANTES; NEVES, 2017). O **quadro 2** apresenta uma descrição dos *GAPS*:

GAPS	Descrição
GAP 1	A distância entre a expectativa dos usuários e percepção gerenciais sobre a expectativa dos clientes
GAP 2	A distância entre a percepção dos gerentes sobre a expectativas dos clientes e os padrões de produção na qualidade dos serviços.
GAP 3	A distância entre a descrição das especificações de qualidade dos serviços e a prestação efetiva do mesmo.
GAP 4	A distância entre o serviço de qualidade prestado e aquilo que foi comunicado ao cliente
GAP 5	A distância entre o que o usuário espera receber e a real percepção dos serviços oferecidos.

Quadro 2- GAPS

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de SILVA, 2018.

De acordo com Scramim et al (2017), existe ainda uma técnica de apoio na análise dos GAPS, que visa identificar a priorização dos pontos mais críticos da percepção do cliente. Tal técnica chamada de Método dos quartis, onde os quartis (Q1, Q2 e Q3) são valores obtidos a partir de uma observação de dados postos em ordem crescente, dividindo-se em quatro partes iguais.

3 | MATERIAIS E MÉTODOS

Este artigo, delineou-se por meio da pesquisa descritiva-exploratória, com abordagem quantitativa, realizada através de coleta de dados, para análise das informações obtidas, como o uso de material bibliográfico obtidos por meios digitais (GIL, 2008; MASCARENHAS, 2012).

O questionário contém, primeiramente, perguntas objetivas de múltipla escolha, de caráter demográfico, com o objetivo de identificar o perfil dos respondentes. Seguido por perguntas com base no modelo SERVQUAL, abordando as 5 dimensões descritas anteriormente no **quadro 1** e adaptadas do questionário aplicado de Bastos et al (2017), com 22 perguntas, por etapas, sendo a 1^a relacionada a expectativa e a 2^a relacionada a percepção do cliente em relação aos serviços, totalizando 44 perguntas para obter o GAP das mesmas, com base nas características do serviço de *delivery*. Foi utilizada a escala do tipo “Liker”, com 5 pontos, onde os extremos representam “Discordo completamente” e “Concordo totalmente”.

A confiabilidade do questionário foi testada através do Coeficiente Alfa de Cronbach, apresentando α de Cronbach = 0,89, confiabilidade alta: $0,75 < \alpha \leq 0,90$ (FREITAS e RODRIGUES, 2005).

Segundo Fonseca et al (2017), a equação a seguir, demonstra a mensuração da

qualidade em serviços criada por Parasuraman, Zeithaml e Berry em 1985:

$$Q_j = D_j - E_j$$

Q_j : valor da medida de percepção do desempenho para as características j do serviço;

D_j : valor da medida da expectativa do desempenho para as características j do serviço;

E_j : avaliação da qualidade do serviço em relação as características j do serviço.

A classificação do nível crítico dos GAP's e, portanto, a definição dos pontos de prioridade gerencial, foi realizada através do método dos quartis, que foram definidos da seguinte forma: no Q1, é o valor que deixa 25% das observações abaixo e 75% acima, Q2 é a mediana, deixando as observações 50% abaixo e 50% acima, e o Q3 deixa 75% das observações abaixo e 25% acima. Tal distribuição forma 4 níveis de classificação: crítica, alta, moderada e baixa, nesta ordem (FÁVERO, 2017).

O questionário foi aplicado a 100 respondentes, através da plataforma Google Forms, no período do mês de outubro de 2020. A pesquisa utilizou-se de amostragem não probabilística por conveniência, onde os indivíduos se encontram disponíveis para responder ao questionário (OCHOA, 2015). Para o cálculo das médias das respostas por escala de cada pergunta, assim como dos demais valores obtidos, foi utilizado o *software* Excel. Para o cálculo do *GAP* foi utilizado a fórmula do modelo SERVQUAL, mencionado no tópico 2.2 desta pesquisa.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil do consumidor

Com base nos dados coletados, foi apurado características para a delimitação do perfil dos clientes entrevistados. No que diz respeito a amostra, observa-se uma predominância do sexo feminino com 54% sobre o sexo masculino com 46%. Onde há uma maior concentração de respondentes na faixa etária de 29 e 38 anos de idade, representando 35% do total de entrevistados, seguido por 31% da faixa etária de 39 a 48 anos e 25% na faixa entre 18 e 28 anos, as demais faixas representam somente 7% do total. A representação desta pesquisa, no universo de quem respondeu, o bairro mais representativo foi Marambaia, seguido de outras cidades e bairros.

Observa-se que na frequência da utilização dos aplicativos de delivery, 50% dos entrevistados utilizam o aplicativo uma vez por semana, tal frequência pode ser justificada pela dificuldade do uso dos aplicativos. Seguido por 26% de 2 a 3 vezes por semana, 8% utilizam de 4 a 5 vezes por semana e 16% dizem não utilizar os aplicativos.

Verifica-se que, dentre os aplicativos de delivery com maior facilidade de manuseio entre os usuários, o mais escolhido é o Ifood com 56%, seguido por 26% dos outros aplicativos (sendo estes dos próprios estabelecimentos e WhatsApp).

4.2 Análises dos resultados dos GAPS

Os dados apresentados nesta seção são provenientes da aplicação do questionário, onde estão demonstradas as médias dos GAPS, entre a expectativa e a percepção do serviço prestado. Observa-se que todos os GAPS obtidos referente as 5 dimensões foram negativos, variando de -1,36 a -0,54 onde denota-se que todas as perguntas abordadas podem ser revisadas e seus fatores aperfeiçoados. Tais valores significam também que, o nível de expectativa foi muito mais elevado do que o serviço percebido pelo cliente.

Na dimensão Tangibilidade, o GAP negativo de maior representatividade refere-se à profissionalização no atendimento dos entregadores. Observa-se que, embora as organizações busquem sempre funcionários qualificados, tal característica, na óptica dos entrevistados, apresenta-se com um dos maiores GAPS obtidos. De acordo com a percepção do cliente, a forma como os entregadores realizam o atendimento, os mesmos não atendem a expectativa, o que pode vir a interferir no oferecimento de um serviço de qualidade e eficiência, o que vai de encontro com Costa et al (2017), que diz que, a qualificação profissional juntamente com o conhecimento sobre o serviço, influenciam na escolha do cliente, já que ao utilizar o serviço, o cliente definirá se o atendimento foi positivo ou negativo.

A forma como os itens são postos na plataforma dos aplicativos também teve resultado negativo, relevante, na percepção dos consumidores. O que se mostra que os aplicativos não atenderam às expectativas dos clientes ao proporcionar um acesso de forma clara e fácil o suficiente para o uso do serviço. Embora os aplicativos apresentem esta falha, seus layouts obtiveram um $GAP < | 1 |$, o que pode significar que, apesar de os aplicativos apontarem um GAP maior para a forma de seus acessos, seus layouts são atrativos aos olhos do consumidor.

Na dimensão Confiabilidade, o maior GAPS negativo identificado se refere a precisão da hora da entrega informada pelo aplicativo. Percebe-se então que os consumidores têm expectativa elevada. Tal delonga pode se justificar pela alta demanda do serviço, devido ao cenário da pandemia, onde o isolamento social e o fechamento dos estabelecimentos ao público externo foram aplicados como medidas de prevenção a propagação do vírus. Os clientes sabem que podem confiar no provedor de serviço, pois o mesmo está empenhado para cumprir com os objetivos e para ter um desempenho de acordo com o interesse dos clientes (BELTRÃO, 2019).

A pandemia da COVID-19, vem fazendo com que o consumidor tenha uma maior preocupação nos cuidados de prevenção a saúde, alterando assim o seu comportamento de consumo e de hábitos (NIELSEN, 2020).

Tais cuidados incluem a forma como será realizada a entrega do serviço de *delivery*, levando cada um a criar uma grande expectativa no que diz respeito aos entregadores. Em outras palavras, o cliente confia que o serviço será feito de forma a atender as medidas

de prevenção no ato da entrega. Porém, observa-se que, na percepção do cliente, o fator contido nesta pergunta não atende a sua expectativa, apresentando-se assim, o segundo maior *GAP* negativo obtido nesta dimensão.

Responsividade obteve *GAP* de -1,37, o maior resultado obtido nesta pesquisa. Percebe-se que os consumidores apontam falhas nas informações disponibilizadas na opção de “AJUDA” nos aplicativos. O que pode significar que, os consumidores desejam que suas dúvidas ou eventuais problemas com o serviço sejam resolvidos ou respondidos de forma rápida e precisa, porém, os aplicativos deixam a desejar no suporte aos seus clientes.

Desta forma, a expectativa da qualidade vista pelo consumidor superou a sua percepção, onde mostra-se que o suporte ao consumidor, visto como uma das atribuições imprescindíveis no oferecimento de um bom serviço, conforme visto com Souto et al (2016), indica falha, nos aplicativos.

O ponto de maior *GAP* negativo da dimensão de Segurança diz respeito aos entregadores passarem confiança aos seus clientes. Observa-se que tal percepção pode estar relacionado com o *GAP* da profissionalização dos entregadores, visto na dimensão de Tangibilidade, já que profissionalismo gera o conhecimento do serviço prestado. Chama a atenção o alto *GAP* das perguntas que se referem à confiança relacionada ao comportamento dos entregadores e a segurança proporcionada pelos próprios aplicativos de *delivery*.

Tais situações podem gerar alvos de preocupações por parte da administração dos serviços, visto que a falta de conhecimento dos entregadores no ato do serviço, apontada pelo alto *GAP* obtido em decorrência da grande expectativa apresentada pelo cliente, possa vir gerar uma insatisfação do cliente perante a qualidade do serviço prestado, assim como a falta de estrutura de segurança dos aplicativos, apontado como o segundo maior *GAP* da dimensão. Situações como essas podem vir a afetar a credibilidade da organização, o que representa um grande obstáculo para as empresas que oferecem o serviço de *delivery*, tendo em vista que a estratégia de fidelização desse cliente, acontece através de um serviço seguro e de qualidade.

Embora os resultados obtidos sejam negativos, Empatia apresentou as menores discrepâncias nesta pesquisa, o que pode se justificar pela disponibilidade de opções de horário e de entrega, já que o cenário pandêmico alterou os hábitos de consumo das pessoas.

A pergunta desta dimensão de maior relevância obtida foi referente a forma como os aplicativos realizam a devolutiva aos clientes perante as reclamações feitas pelos mesmos. Vale ressaltar que esta pergunta está relacionada com Responsividade, no que se referente ao campo “AJUDA”. Situação como esta, desperta um alarme aos aplicativos, no sentido de que, o fator da pergunta tendo um *GAP* de -1,35, onde a percepção do consumidor foi abaixo do esperado, indica que uma falha no plano de ação estratégico aplicado no

relacionamento com o cliente pelos serviços de *delivery*. A realização de um atendimento especializado é um dos principais fatores que levam a organização a manter seus clientes e a conquistar novos.

Na tentativa de identificar quais das perguntas abordadas merecem uma melhor priorização de gestão estratégica, utilizou-se o método dos quartis para classificar os pontos de maior atenção gerencial. Onde os *GAPS* foram divididos em 4 partes (quartil), postos em ordem decrescente (Quadro 3).

Pergunta	14	13	20	8	7	9	10	16	17	12	6	22	18	4	2	21	15	3	5	1	11	19
GAP	-1,37	-1,36	-1,35	-1,29	-1,28	-1,27	-1,27	-1,25	-1,21	-1,18	-1,11	-1,09	-1,08	-1,03	-1,03	-0,99	-0,98	-0,92	-0,87	-0,74	-0,69	-0,54
Classificação	CRÍTICA						ALTA					MODERADA					BAIXA					

Alta prioridade gerencial

Baixa prioridade gerencial

Quadro 3 - Classificação das prioridades por quartil.

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de BASTOS et al, 2017.

Verifica-se que, o grupo crítico corresponde à ¼ do total de *GAPS*, sendo estes os maiores *GAPS* negativos obtidos nesta pesquisa. Onde pode ser percebido que são perguntas com fatores que apresentaram uma elevada expectativa e uma baixa percepção diante da óptica do consumidor. A primeira pergunta do quadrante, e, portanto, a mais crítica, refere-se ao fornecimento de informações rápidas e precisas no campo “AJUDA”, presente nos aplicativos de *delivery*, apresentando *GAP* de -1,37. Seguido pela prontidão dos aplicativos em resolver as reclamações dos clientes. Embora as duas primeiras perguntas pertencerem a dimensão Responsividade, a dimensão que predomina o quadrante é Confiabilidade, apresentando três perguntas com *GAPS* negativos críticos, de elevada prioridade gerencial. A dimensão Empatia apresenta uma pergunta de nível crítico, apenas.

No quadrante de nível alto, a dimensão que apresentou mais *GAPS* negativos foi Segurança, entretanto, o pior *GAP* no nível alto de prioridade gerencial pertence a Confiabilidade, com a pergunta referente ao cumprimento das medidas de prevenção referente ao Covid-19 no ato da entrega do pedido, apresentando um valor de -1,27. Observa-se que, para a dimensão Confiabilidade deve-se ser destinada uma maior atenção gerencial, devido a mesma apresentar uma transição entre os pontos críticos e de alta prioridade.

Na classificação moderada, o pior *GAP* identificado foi -1,09 referente a compreensão dos aplicativos no que diz respeito às necessidades específicas de cada usuário. Apresenta-se com a maior frequência nesse quadrante a dimensão Empatia. Observa-se que a pior discrepância apresentada no ponto de baixa prioridade gerencial, refere-se a linguagem usada nos aplicativos ser de fácil compreensão, com *GAP* de valor -0,92. Tal pergunta pertencente a Tangibilidade, sendo a mesma dimensão a de maior frequência no quadrante.

O *GAP* de menor relevância, representado pelo valor de -0,54, pertencente a Empatia, indica que os aplicativos vêm se adaptando as opções de entrega impostas pelas mudanças de cenário da pandemia da COVID-19. Tal adaptação na visão do consumidor ainda proporciona uma percepção maior que a expectativa.

4.3 GAPS das dimensões de qualidade

Diante dos resultados dos *GAPS* obtidos de cada pergunta por dimensão, será abordado neste tópico, de um modo geral, a expectativa e percepção dos clientes perante as dimensões.

De acordo com a **figura 1**, a dimensão Segurança obteve o maior ponto de expectativa, com uma média de 4,80. Seguido de Confiabilidade (4,71), Responsividade (4,66), Tangibilidade (4,61) e por fim, Empatia (4,53). Quanto a realidade de acordo com a visão do consumidor, a dimensão que se apresenta com o maior nível de percepção, portanto o que chegou mais próximo de atender o esperado pelo consumidor foi Tangibilidade, apresentando uma média de 3,66. Seguidor por Segurança (3,65), Empatia (3,52), Responsividade (3,51) e Confiabilidade (3,43).

Os *GAPS* apresentados nesta pesquisa são do tipo *GAP 5*, devido aos resultados terem sido decorrentes da diferença entre a expectativa e percepção do cliente. Pressupõe-se que, embora na pesquisa não tenha sido realizada a análise da percepção dos gerentes dos aplicativos em relação a expectativa do cliente (*GAP 1*), o *GAP 5* tem como característica a integralização de todos os *GAPS* anteriores (*GAP 1*, *GAP 2*, *GAP 3* e *GAP 4*), devido ao seu foco ser no cliente.

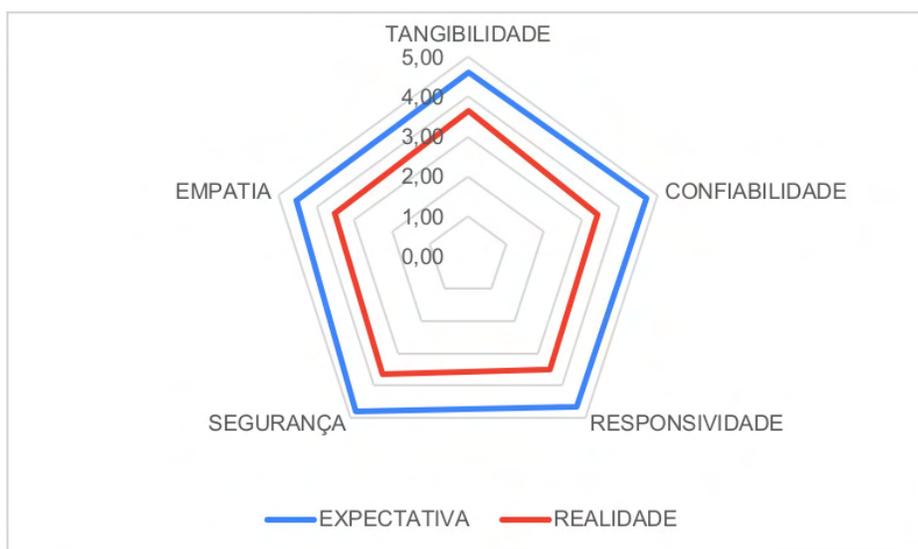


Figura 1- Comparativa entre expectativa e percepção do cliente de acordo com as dimensões.

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, adaptado de BASTOS et al, 2017.

Observa-se que a dimensão que apresenta maior distanciamento entre a expectativa e a realidade, conforme a **figura 1**, foi Confiabilidade com -1,28, seguido por Responsividade e Segurança com (-1,15), empatia com (-1,01) e tangibilidade com (-0,95).

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve o propósito de identificar o nível da qualidade percebida pelos consumidores de serviços de *delivery*, durante o período de pandemia, utilizando o método SERVQUAL para a avaliação da qualidade percebida. O resultado da aplicação do questionário apresentou em sua totalidade *GAPS* negativos, o que demonstra que todas as dimensões citadas necessitam de melhorias em sua qualidade. O nível de qualidade percebida pelos consumidores entrevistados mediante a média geral de expectativa e realidade das dimensões, foi de -1,11. O que indica que existe uma lacuna, relevante onde os aplicativos de *delivery* podem atuar para atender as necessidades dos clientes, melhorando assim a qualidade dos seus serviços.

Os resultados encontrados na abordagem, no que diz respeito aos pontos críticos e de alta prioridade, mostram que os aplicativos de *delivery* são falhos no suporte de apoio ao cliente e ao atendimento especializado, sendo necessário uma alta prioridade gerencial pelos aplicativos de *delivery*. O serviço apresenta ainda, deficiência nas informações disponibilizadas na prestação do serviço, onde a forma da entrega do mesmo, não acontece dentro do padrão esperado, perante as normas de prevenção da COVID-19. Vale ressaltar que, os aplicativos devem focar em ações estratégicas em especial, na dimensão Confiabilidade, devido o mesmo estar presente nos dois quadrantes (crítico e alto) de alta prioridade.

Há uma diferença na qualidade descrita dos serviços nos aplicativos que não condiz com a realidade e com o tempo estimado da entrega do pedido. Sendo ainda a qualidade do serviço afetada pela percepção do consumidor ao indicar que a forma de atendimento dos entregadores não é a esperada.

Recomenda-se que a gerência dos aplicativos adote estratégias focadas nos pontos acima citados, tendo em vista que a não revisão dos mesmos pode comprometer o nível de satisfação do cliente e até mesmo o nível de demanda do serviço. Os aplicativos devem investir em estratégias, tais como pode-se sugerir: a adesão ou uso devido (para os aplicativos que já adotam) a gestão do CRM (*Customer Relations Manager*), que utiliza ferramentas baseadas nas relações entre clientes e empresas.

Ferramentas essas com estratégias que auxiliam e facilitam os processos e trazem resultados positivos no que diz respeito ao bom relacionamento com o cliente. Algumas das estratégias do CRM que podem ser aplicadas aos aplicativos, no intuito de melhorar seu relacionamento com o cliente são: analisar e entender o cliente e suas necessidades, através de informações geradas pela ferramenta, as quais constam as preferências dos

clientes e seus hábitos. Assim como informações que ajudem a gestão dos aplicativos a analisar interações, insatisfação e tornar possível o desenvolvimento de mecanismos que proporcionem um atendimento especializado.

O CRM também oferece ferramentas que auxiliam a organização a estruturar o processo de atendimento ao cliente, proporcionando um suporte de qualidade onde o objetivo é solucionar dúvidas, agilidade no atendimento do chamado, saber o que o consumidor necessita antes mesmo que ele repasse a empresa, e a transmissão de uma boa impressão de que a organização como um todo, tem domínio de conhecimento sobre os assuntos questionados pelo cliente.

As estratégias citadas podem ser encontradas nas seguintes ferramentas CRM a seguir: *Agile CRM* (atua na central de ajuda ao cliente, além de elaborar relatórios sobre os hábitos de cada cliente); *Salesforce* (atua principalmente no atendimento especializado); *Oracle* (gerência a relação com o cliente, registrando as interações com ele realizadas, possibilitando a identificação de oportunidades). Todas as ferramentas visam um melhor relacionamento com o cliente, nas quais seja possível transformar os problemas de seu público em melhorias para o serviço.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. **Do celular à mesa: como os apps de delivery transformam o mercado de bares e restaurantes.** Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/do-celular-a-mesa-como-os-apps-de-delivery-transformam-o-mercado-de-bares-e-restaurantes/>. Acesso em: 10 de outubro de 2020.

ARANTES, Patrícia Pereira; NEVES, Sandra Miranda. **Avaliação da qualidade em serviços: Análise da utilização da ferramenta SERVQUAL.** Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

BASTOS, Beatriz Antunes Santiago; INACIO, Beatriz da Costa; BERGIANTE, Nissia Carvalho Rosa. **Avaliação da qualidade em serviços prestados pelas redes sociais.** Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

BELTRÃO, Laércio Barbachan de Albuquerque. **Análise dos serviços de delivery de hambúrgueres artesanais via aplicativo na Universidade Federal Rural de Pernambuco.** 2019.

BRESSAN, Verônica Paludo; BASSO Kenny; BECKER, Larissa Carine Braz. **Avaliação da qualidade percebida em serviços educacionais: proposta de uma escala.** Revista GUAL, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 216-236, maio 2015.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da qualidade conceitos e técnicas.** 3. São Paulo Atlas 2016 1 recurso on line ISBN 9788597006438.

COSTA, Fernanda Braz; QUEIROZ, Geandra Alves; SILVA, Mariane Cristina Tadeu; PINI, Gabriela Vilas Boas; IANNONI, Joao Ricardo. **Qualidade em serviços: Um estudo de caso em um restaurante de pequeno porte na cidade de Franca/SP.** XXXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. João Pessoa/PB, 2016.

COSTA, Pollyana Gusmao da; MOTA, Ranielle Mauren Barbosa; SILVA, Ana Cristina G Castro; JUNIOR, Gilvan Feitosa Torre; SOUZA, Leandro Silva. **Avaliação da qualidade geral em serviço: Um estudo de caso na cantina de uma Universidade Pública Federal, utilizando o modelo SERVQUAL.** Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

DATASEBRAE. **Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 8ª edição.** Coleta: 28 de setembro a 01 de outubro. Pesquisa online, 2020.

FÁVERO, Luiz Paulo; BELFIORE, Patrícia. **Manual de análise de dados: Estatística e modelagem multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®.** Elsevier Brasil, 2017.

FINKLER, Raquel; ANTONIAZZI, Nathalia; CONTO, Suzana Maria de. **Os impactos da pandemia de COVID-19: Uma análise sobre a situação dos restaurantes,** Revista Turismo e Cidades, São Luis, MA vol. 2. 2020.

FONSECA, Anna Carolina; ROCHA, Anna Raquel de Lima; SILVA, Bruno Pierre Nóbrega da; SANTOS, Antônio Carlos de Queiroz; QUEIROZ, Suelyn Fabiana Aciole Moraes de. **Avaliação da qualidade através da escala SERVQUAL: Um estudo de caso no restaurante universitário da UFCG.** Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

FREITAS, André Luís Policani; BARROS, Marta Duarte de. **Percepção dos clientes quanto à qualidade em um restaurante à la carte: Análise exploratória.** Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, v. 11, n. 1, 2016.

GIL, Antônio Carlos **Métodos e técnicas de pesquisa social.** - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008. ISBN 978-85-224-5142-5.

GOZZI, Marcelo Pupim. **Gestão da qualidade em bens e serviços.** Coleção Bibliográfica Pearson. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

IBGE. **Pesquisa Mensal de Serviços – PMS.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9229-pesquisa-mensal-de-servicos.html?=&t=destaques>. Acesso em: 11 de novembro de 2020a.

IBGE. **Indicadores de empresas.** Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>. Acesso em: 11 de novembro de 2020b.

JUNIOR, Carlos Alberto Moreira. **Análise da satisfação de clientes de restaurante localizado na região oeste do Paraná.** Medianeira, 2017.

KOROCOSKI, Saulo Roberto; FERREIRA, Pablo Lorenzato; ATMANCUZK, Mauricio João **A Qualidade Percebida por Consumidores de Serviços de Reparação Automotiva: uma aplicação do Modelo Servqual.** São Bernardo do Campo, ISSNe 1982-8756 • Vol. 12, n. 23, jan.-jun. 2016.

LARGHI, Nathália. **Com quarentena, apps de entregas são oportunidade para trabalhadores e comércios.** Valor Investe, 2020. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/valorinveste.globo.com/google/amp/objetivo/empreenda-se/noticia/2020/04/02/com-quarentena-apps-de-entregas-sao-oportunidade-para-trabalhadores-e-comercios.ghtml>. Acesso em: 02 de outubro de 2020.

LEE, Craig; HALLAK, Rob; SARDESHMUKH, Shrutu. **Inovação, empreendedorismo e desempenho do restaurante: um modelo estrutural de ordem superior**, *Tourism Management*, vol. 53, Abril 2016.

LINCK, Arthur Carlos; RIGO, Gabriel Piazza; CHESANI, Robison Lopes; WAGNER, William; MELLO, Mario Fernando de. **Pesquisa de satisfação de clientes: Um estudo em um restaurante**. II Simpósio Gaúcho de Engenharia de Produção. Novo Hamburgo/RS. 2017, p. 165 a 187.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica**. 2º ed. São Paulo, ed. Pearson Education do Brasil, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 8ªed. São Paulo, ed. Atlas 2011. Recurso online ISBN 9788522475872.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL, *Ofício nº 1605/2020 - GABPRDC/PR/PA. Belém, 2020.

NASCIMENTO, Amanda de Lourdes do; ALMEIDA, Carolina dos Santos Silva; SIQUEIRA, Ilany Bethânia Ramos Ignácio; ALVAREZ, Rodrigo Martin. **A qualidade no atendimento e a satisfação do cliente-Análise do atendimento prestado pelas empresas do comércio varejista da cidade de Resende-RJ**. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia XV SEGeT. Rio de Janeiro, 2018.

NASCIMENTO, Elilde Varela do; TACCONI, Marli de Fatima Ferraz da Silva; NETO, Ernesto Alexandre Tacconi. **A qualidade dos serviços educacionais na percepção do cidadão-usuário do IFRN, Campos Natal Central**. Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

NIELSEN, **Impacto da COVID-19 nas vendas de produtos de giro rápido no Brasil e ao redor do Mundo**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Nielsen%20-%20Impactos%20da%20COVID19%20nas%20vendas%20de%20produtos%20de%20consumo%20de%20giro%20rA%CC%83%C2%A1pido%20no%20Brasil%20e%20ao%20redor%20do%20mundo.pdf.pdf>. Acesso em: 17 de novembro de 2020

OCHOA, Carlos. **Amostragem não probabilística: Amostra por conveniência**. Netquest, 2015. Disponível em: <https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostra-conveniencia#:~:text=Vale%20recordar%20que%20este%20tipo,ser%20selecionado%20para%20a%20amostra>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

OIMENU. **7 benefícios de um sistema de delivery para restaurantes**. Disponível em: <https://www.oimenu.com.br/blog/tecnologia-e-tendencias/sistema-de-pedidos-online#:~:text=1.,ou%20onde%20quer%20que%20esteja>. Acesso em: 18 de novembro de 2020.

OLIVEIRA, Otávio J. **Gestão da qualidade tópicos avançados**. São Paulo Cengage Learning 2012 1 recurso online ISBN 9788522113897.

PAIVA, Fernando. **Comércio móvel no Brasil. Panorama Mobile Time, 2020**. Disponível em: <https://panoramamobiletime.com.br/comercio-movel-no-brasil-abril-de-2020>. Acesso em: 12 novembro 2020.

PRADO, Matheus. **Quarentena faz alta gastronomia aderir ao delivery – e agora faltam embalagens**. CNN Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/05/04/demanda-de-restaurantes-de-alta-gastronomia-pressiona-fornecimento-de-embalagens>. Acesso em: 06 de novembro de 2020.

RODRIGUES, Luis Adriano; ROCHA, Paula Batista da. **A qualidade percebida dos serviços prestados de uma clínica odontológica em palmeira das missões-RS através do modelo SERVQUAL**. Rio Grande do SUL, 2019.

SANTANA, Cínara Kuhn; SANTANA, Ilton Carlos; DAMKE, Elói Junior. Revista Direito à Sustentabilidade. **Uma proposta de aplicação da escala SERVQUAL na avaliação da qualidade percebida em serviços públicos de saúde: Um estudo em uma unidade de pronto atendimento**. Volume 2, Nº 4, 2016.

SANTOS, Luiz Fernando Barcellos. **Evolução do pensamento administrativo**. Curitiba: ed. Intersaberes, 2013. (Série administração empresarial). ISBN 9788582127346.

SCRAMIM, Fernando Cezar Leandro; RIEG, Denise Luciana; SILVA, Daiane Ferreira da; LUZ, Gisele Ana. **Adaptação do instrumento SERVQUAL para mensuração da qualidade em serviços prestados por supermercados**. Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

SEBRAE. **Bares e restaurantes: um setor em expansão**. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 05 abril 2019.

SILVA, Peri Guilherme Monteiro da Silva. **Qualidade percebida em serviços utilizando a ferramenta Servqual em empresa de entrega de cargas**. 2018.

SIMAS, Lianne Gomes; MOURA, Eunice Paraguassu; FILHO, Edson Diniz Ferreira; RAFAEL, Rita de Cassia Carvalho Mattos; BARRETO, Alisson Castro. **Avaliação da qualidade dos serviços: Aplicação da ferramenta SERVQUAL em um supermercado em São Luís- MA**. Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

SOUTO, Felipe; CAVALCANTE, Gabrielli; REZENDE, Diego; ARAÚJO, Welington; SANTOS, Polyan. **Adaptação e aplicação do modelo servqual para análise da qualidade de serviço em uma lanchonete universitária**, Anais do VIII Simpósio de Engenharia de Produção de Sergipe (2016) 532 ISSN 2447-0635.

SOUZA, Stefania Márcia de Oliveira. **Gestão da qualidade e produtividade**. Porto Alegre RS, 2018.

TAVARES, Wendell de Melo. **Análise da satisfação dos clientes de um restaurante e pizzaria: Um estudo de caso na cidade de Parnamirim no Rio Grande do Norte**. Natal/RN, 2019.

TOLEDO, José Carlos de; BORRÁS, Miguel Ángel Aires; MERGULHÃO, Ricardo Coser; MENDES, Glauco Henrique de Sousa. **Qualidade - Gestão e Métodos**. Editora LTC, 2017.

ZAMBERLAN, Luciano; UNFER, Tarcisio; SPAREMBERGER, Ariosto; CAPPELLARI, Gabriela. **A qualidade dos serviços de tecnologia da informação: um estudo em uma no noroeste do Rio Grande Do Sul**. Gestão de Serviços. Artigos Brasileiros, vol. 1. 1ªed, BH, ed. Poisson 2017.

ZEITHAML, Valarie E; PARASURAMAN. A; BERRY, Leonard L. **A excelência em serviços**, 1ªed. São Paulo, ed. Saraiva, 2014.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Amamentação 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 137, 138, 139, 140

Amazonas 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10

Atletas 227, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239

Audição 117, 119, 122, 123, 124

Automedicação 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44

B

BB&CoVID 50, 51

C

Casa 35, 36, 127, 149, 173, 184, 208, 227, 232, 235, 236, 247

Comorbilidades 50, 51, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 99

Consequências 12, 16, 22, 25, 37, 38, 39, 40, 43, 44, 97, 119, 136, 242, 248

Contexto 1, 3, 10, 11, 16, 23, 37, 38, 39, 45, 71, 73, 112, 139, 140, 142, 144, 146, 147, 148, 150, 154, 161, 172, 179, 201, 203, 207, 210, 212, 220, 221, 223, 225, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 236, 237, 238, 244, 248

Contributivos 141

COVID-19 1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 113, 114, 115, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 159, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 177, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 192, 194, 195, 196, 198, 199, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 237, 238, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251

Crianças 5, 10, 11, 12, 72, 80, 81, 82, 84, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 98, 146, 148, 149, 150, 227, 230, 231, 234, 236, 237, 238

D

Delivery 183, 184, 185, 186, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 197, 199

E

Enfermagem 11, 12, 33, 34, 35, 133, 138, 139, 141, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 201, 212

Esclerose múltipla 70, 71, 73, 74, 75, 77

Estado 1, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 21, 43, 72, 73, 97, 100, 101, 105, 111, 127, 129, 130, 131, 138, 149, 154, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 167, 172, 201, 217, 218, 223, 228, 238, 241, 243, 245, 248, 249, 251

Estratégia 12, 17, 21, 82, 97, 111, 146, 148, 185, 193, 214, 228, 241, 244

F

Farmacêutico 29, 37, 38, 39, 42, 43

Fatores associados 80, 82, 83, 84, 87

G

Gestante 137

Ginástica 227, 228, 231, 232, 233, 235, 236, 238, 239

H

Hospitalização 73, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 90, 91, 92

I

Impacto 23, 39, 45, 69, 70, 76, 96, 99, 104, 117, 118, 119, 129, 170, 172, 173, 174, 175, 177, 179, 180, 198, 199, 215, 219, 237, 244, 248, 251

Imunológico 42, 45, 46, 64, 66, 67, 68, 69, 72, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 105, 106, 129, 136, 143, 149

Insuficiência respiratória 150, 215, 216

Isolamento 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 20, 22, 23, 24, 25, 33, 34, 35, 96, 97, 100, 136, 143, 148, 151, 154, 177, 183, 192, 208, 209, 210, 211, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 237, 244, 248, 249

L

Literatura 10, 35, 54, 70, 71, 80, 82, 91, 117, 119, 140, 141, 144, 146, 152, 167, 174, 201, 203, 212, 217, 231, 242, 248, 250

M

Medicina 13, 14, 15, 16, 17, 33, 35, 43, 69, 165, 172, 176, 180

Misericórdia 241, 245

O

Oncológico 89, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152

P

Paciente 26, 36, 40, 74, 89, 102, 103, 105, 112, 117, 118, 121, 122, 123, 124, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 169, 210, 214, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224

Pandemia 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 52, 70, 71, 81, 89, 91, 96, 99, 124, 127, 128, 129, 135, 136, 137, 138, 139, 141, 142, 143, 146, 147, 152, 153, 154, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 166, 167, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 183, 184, 185, 186, 192, 195, 196, 198, 201, 203, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 220, 225, 227, 228, 229, 231, 233, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251

Policiais 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164

Prática 4, 7, 13, 14, 21, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 68, 97, 141, 143, 144, 148, 149, 152, 153, 176, 177, 178, 214, 221, 225, 227, 230, 234, 235, 236, 237, 238, 239

Projeto 13, 14, 15, 16, 17, 35, 45, 46, 50, 55, 154, 155, 168, 215, 245

Psoríase 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112

R

Resultados preliminares 43, 50

Revisão integrativa 117, 119, 120, 123, 138, 139, 140, 141, 144, 146, 152, 204, 212, 213

Revisão sistemática 74, 80, 82, 87, 93, 139, 153

Rio de Janeiro 11, 141, 145, 146, 147, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 199, 251

S

Saúde 1, 2, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 22, 23, 28, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 50, 52, 53, 60, 65, 68, 70, 71, 76, 80, 81, 82, 87, 92, 93, 94, 96, 97, 99, 103, 106, 108, 110, 117, 118, 119, 125, 127, 128, 129, 130, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 149, 150, 151, 153, 157, 165, 166, 167, 170, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 184, 192, 200, 201, 202, 203, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 234, 237, 238, 239, 241, 242, 243, 244, 246, 247, 248, 249, 250, 251

Síndrome 40, 45, 65, 66, 70, 72, 73, 74, 81, 88, 89, 96, 121, 169, 215, 216, 217, 219, 220, 221, 222, 223, 224

Social 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 33, 34, 35, 36, 45, 77, 91, 92, 97, 99, 143, 149, 151, 152, 154, 155, 164, 173, 174, 175, 177, 178, 181, 183, 184, 192, 198, 207, 210, 211, 213, 217, 218, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 237, 239, 242, 244, 245, 248, 251

Sono 23, 33, 35, 36, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 175, 176, 178, 246

T

Telemedicina 13, 14, 15, 17, 33, 151, 209, 211

Tiro 159, 241, 245

Tontura 72, 165, 166, 167, 168, 169, 170

V

Vida 3, 9, 13, 14, 15, 22, 32, 35, 36, 45, 68, 70, 73, 98, 99, 128, 135, 140, 141, 143, 148, 151, 152, 154, 158, 160, 162, 163, 166, 167, 172, 173, 174, 175, 176, 178, 179, 180, 216, 217, 218, 223, 230, 242, 243, 245, 247, 249, 250

Violência 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 163, 164

Virtual 13, 14, 15, 16, 17, 35, 37, 38, 39, 80, 81, 82, 117, 118, 119, 174, 227, 228, 232, 235, 236, 237

Virtude 11, 20, 215, 219

Visita domiciliar 13, 14, 16, 17, 35

COVID-19:

O MAIOR DESAFIO DO SÉCULO XXI

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 



COVID-19:

O MAIOR DESAFIO DO SÉCULO XXI

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

