

PERFIL SÓCIOECONÔMICO DE COMENSAIS DE UM RESTAURANTE POPULAR EM MONTES CLAROS, MG.

Grayce Laiz Lima Silveira Durães¹; Lílian Ferreira Neves²

Resumo: O objetivo do presente trabalho foi identificar o perfil sócioeconômico dos comensais do Restaurante Popular de Montes Claros, sendo uma pesquisa de natureza quantitativa, obtida através da aplicação de questionário estruturado, composto por questões claras e objetivas, abordando os seguintes itens: idade, sexo, renda mensal, frequência de vinda ao restaurante. Pode-se concluir que o público alvo do Restaurante Popular de Montes Claros são pessoas que se encontram em situação de pequeno orçamento familiar.

Palavras-chaves: Perfil Socioeconômico. Alimentação balanceada. Restaurante popular.

Introdução

De acordo com o Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (2004), os Restaurantes Populares são estabelecimentos ministrados pelo poder público que se caracterizam pela produção e comercialização de refeições prontas, com devido balanceamento nutricional, elaboradas de forma segura e constituídas com produtos regionais, a preços acessíveis, sendo servidas em locais apropriados e confortáveis, de forma a garantir a dignidade ao ato de se alimentar.

Atualmente o estilo de vida nas cidades de médio e grande porte tem gerado um aumento do número de pessoas que realizam suas refeições fora de casa, e que conseqüentemente, acabam substituindo o almoço por um lanche rápido em bares e lanchonetes, sendo que estes, muitas vezes não são capazes de suprir as necessidades nutricionais do indivíduo adequadamente; e uma vez que em função das restrições orçamentárias, uma parcela significativa dessas pessoas não tem acesso ao mercado tradicional de refeições prontas.

Neste intuito, os restaurantes populares são destinados a oferecer à população que se alimenta fora de casa, prioritariamente aos extratos sociais mais vulneráveis, refeições balanceadas e em equilíbrio entre os nutrientes como carboidratos, proteínas e lipídios, além das vitaminas e sais minerais, em uma mesma refeição, possibilitando ao máximo o aproveitamento pelo organismo e reduzindo os riscos de agravos à saúde ocasionados pela alimentação inadequada (MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME, 2004). O objetivo do presente trabalho foi identificar o perfil sócioeconômico dos comensais, para se ter um levantamento fiel da situação financeira da população consumidora do programa de Restaurante Popular, oferecido pelo município.

Metodologia

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa, obtida através de questionário estruturado, composto por questões claras e objetivas, abordando os seguintes itens: idade, sexo, renda mensal, frequência de vinda ao restaurante. A abordagem foi realizada no período de 7 a 11 de outubro de 2013, por acadêmicas do 8º período

1 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, *Campus Montes Claros*

2 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, *Campus Montes Claros*

de Nutrição da Faculdade de Saúde Ibituruna- FASI; os instrumentos de avaliação foram aplicados sobre uma amostragem de cerca de 10% dos usuários; obtendo-se assim uma população mediana de 120 pessoas.

Resultados e Discussão

Foram entrevistadas 126 pessoas, escolhidas aleatoriamente.

Tabela 1: Idades dos comensais

Idade	≤ 19 anos	20 a 39 anos	40 a 59 anos	≥ 60 anos
Número de pessoas	18	40	39	29
%	14,3	31,7	30,9	23,1

Fonte: Da autora

Nota-se que o percentual de idade dos indivíduos entrevistados foi bastante diversificado, não concentrando em apenas uma faixa etária. Contudo, a faixa etária entre 20 até 59 anos foi a que teve um percentual maior de pessoas.

Tabela 2: Prevalência do sexo .

Sexo	Feminino	Masculino
Número de pessoas	50	76
%	39,7	60,3

Fonte: Da autora

Houve uma maior concentração de pessoas do sexo masculino, com um percentual de 60,3%. Ou seja, a maioria dos indivíduos que frequentam o restaurante é do sexo masculino.

Tabela 3: Frequência dos comensais no restaurante

Frequência que vem ao restaurante	1 vez por semana	2 a 3 vezes por semana	4 a 5 vezes por semana
Número de pessoas	25	36	65
%	20	28,5	51,5

Fonte: Da autora

A partir da tabela acima pode-se notar que mais da metade dos cidadãos entrevistados freqüentam o restaurante de 4 a 5 vezes por semana, perfazendo um total de 51,5%. E apenas 20% freqüentam o restaurante uma vez por semana.

Tabela 4: Tempo de utilização dos comensais pelo serviço de alimentação

Tempo que frequenta o restaurante	Menos que 6 meses	6 meses a 1 ano	Mais que 1 ano
Número de pessoas	51	18	57
%	40,5	14,3	45,2

Fonte: Da autora

Verificou-se que o número de pessoas que freqüentem o restaurante a menos de 6 meses e os que freqüentam a mais de um ano foram bem próximo, correspondendo a 40,5% e 45,2% respectivamente. Isso mostra que as pessoas estão permanecendo no restaurante, mas que ao mesmo tempo também há a renovação de outras

1 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, Campus Montes Claros

2 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, Campus Montes Claros

Tabela 5: Renda mensal dos comensais

Renda mensal	Até 1 salário mínimo	Até 2 alários mínimos	Até 3 ou mais salários mínimos
Número de pessoas	76	40	10
%	60,3	31,7	8

Fonte: Da autora

Diante da tabela, verificou-se que a maioria dos usuários do restaurante tem renda de até um salário mínimo (60,3%). Então, pode-se dizer que os usuários são pessoas de baixa renda, sendo poucos os que têm renda de 3 salários mínimos ou mais (8%).

Tabela 6: motivação de utilização do Restaurante.

Motivo pelo qual frequenta o restaurante	Baixo custo da refeição	Qualidade da comida	Ambos
Número de pessoas	32	33	61
%	25,4	26	48,6

Fonte: Da autora

Houve variedade nas respostas. Porém, a maioria (48,6%) dos comensais afirmou que freqüentam o restaurante pelo fato de ter comida de qualidade e a refeição ser de baixo custo. Alguns afirmaram que vão ao restaurante devido ao baixo custo da refeição (25,4%) e outros afirmaram que vão pela qualidade da comida (26%).

Tabela 7: Satisfação pelo valor da refeição.

O valor da refeição equivale ao que é oferecido	Sim	Não
Número de pessoas	122	4
%	96,8	3,2

Fonte: Da autora

Nesse quesito, a diferença nas opiniões foi bem grande. Quase todos os freqüentadores do restaurante afirmaram que valor é equivalente ao que é oferecido (96,8%). E apenas 3,2% afirmaram o contrário.

Conclusão

Pode-se concluir que o público alvo do Restaurante Popular de Montes Claros são pessoas que se encontram em situação de pequeno orçamento familiar. Porém, a praticidade de comer fora e não precisar preparar os alimentos; e os pratos oferecidos serem balanceados para atender as necessidades do organismo são outros fatores que estimulam muitas pessoas a irem ao restaurante popular.

Referências

MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME. **Manual Programa Restaurante Popular**. Brasília, 2004. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/projeto_logico_restaurante_popular.pdf>

Aline Araujo SILVA, A. A.; PEREIRA, F. F.; COELHO, L.B. Perfil dos comensais e avaliação pelos usuários do Restaurante popular João Domingos Fassarella, Governador valadares - mg. **Trabalho de Conclusão de curso**. Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade Vale do Rio Doce. 2009

1 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, *Campus Montes Claros*

2 Discente no programa de Pós-Graduação do Mestrado da Universidade Federal de Minas Gerais, *Campus Montes Claros*