

## ENTRE A GESTÃO E A FOME: UM ESTUDO DE CASO DO RESTAURANTE POPULAR NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ

Anna Paula de Araújo Bornancin  
Denyan Mariano Pinto

**RESUMO:** A partir da aceleração da urbanização no Brasil, um novo contexto surgiu nos aspectos de vida da população, a partir da inversão dos fluxos populacionais quando os grandes centros urbanos passaram a ter mais habitantes que a zona rural, o acesso a alimentos se tornou mais dificultado especialmente as pessoas de menor poder aquisitivo. O governo brasileiro implantou um programa de restaurantes populares com vias a mitigar a fome. Apesar da relevância dos restaurantes populares, até o momento poucos estudos foram realizados sobre o tema no que se refere ao atendimento prestados por esses estabelecimentos. Neste contexto realizou-se pesquisa exploratória descritiva entre julho e setembro de 2016, com entrevistas presenciais junto a 64 consumidores que frequentavam diariamente o restaurante popular do município de Paranaguá. O estudo revelou que o consumidor do restaurante popular no litoral do Paraná era frequentado de forma igualitária entre os gêneros que estavam em idade economicamente ativa, sendo na totalidade pessoas de baixa renda financeira. O estudo observou que a medida que o nível de escolaridade e renda é fator relevante entre os consumidores, sendo que a medida que se eleva a escolaridade e a renda diminui a frequência deste consumidor no restaurante popular. Os principais fatores de que influencia no processo de decisão de consumo no restaurante popular são o baixo preço, seguido da qualidade do alimento servido. As principais implicações observadas na pesquisa de campo e que são considerados como negativas pelos consumidores foram o pequeno tamanho do restaurante, e em especial a pequena quantidade de comida servida e sendo que estes fatores necessitam de melhorias pela gestão do restaurante popular para ampliar o nível de satisfação do consumidor.

**Palavras chaves:** Alimentação, Consumidor, Litoral do Paraná.

### INTRODUÇÃO

A partir da aceleração da urbanização no Brasil, um novo contexto surgiu nos aspectos de vida da população, anteriormente residentes no rural, onde os meios de produção de alimentos eram mais facilitados, a questão da fome apesar de existir era de menor impacto. A partir da inversão dos fluxos populacionais quando os grandes centros urbanos passaram a ter mais habitantes que a zona rural, o acesso a alimentos, especialmente as pessoas de menor poder aquisitivo se foram dificultados e a fome se tornava realidade em várias camadas da população brasileira.

Segundo Adas (1988) a fome possui o significado da fome pode ser traduzido em uma situação em que uma pessoa fica, durante um período prolongado, carente de alimentos que lhe forneçam as calorias (energia) e os elementos nutritivos necessários a vida e a saúde do seu organismo.

A fome pode ser dividida em duas modalidades, a aguda e crônica. A aguda pode ser definida como a mais urgente, quando há grande apetite, é momentânea. Se tratando a respeito da crônica, a permanente, é quando ocorre a insuficiência de energia para o organismo, isto é, o mesmo não consegue realizar a manutenção, pois não há alimentação diária (MONTEIRO, 2003).

A questão da fome ou desnutrição do trabalhador no Brasil, vem desde o período colonial, quando nos navios negreiros os escravos que são considerados os primeiros trabalhadores coletivos nas áreas agricultura e mineração, recebiam má alimentação, em seguida no período industrial, com as formas de trabalho ainda não regulamentadas a questão também não teve atenção satisfatória, situação que pode ser observada até os dias atuais (NAZARÉ, 2010).

Segundo Belik (2001), a partir dos anos 90 foram vistos os primeiros indícios da preocupação do Governo em relação a fome no Brasil. Foram realizadas novas estruturas para atender a população de baixa renda para sanar os problemas da desnutrição. A primeira experiência foi o programa nacional do leite em 1986, para famílias com a renda de até dois salários mínimos com crianças de até 7 anos, porém o projeto obteve insucesso, pois a demanda foi desproporcional a realidade brasileira, não podendo atender a todos que necessitavam desse serviço. Ainda segundo o autor, em 1992 a 1994 a população civil, influenciada pela questão da ética na política, começa a se mobilizar pela causa da fome no país e finalmente em 1996 foi criado a primeira unidade do Restaurante Popular.

Os restaurantes começaram a ser implantados primeiramente no Estado do Rio de Janeiro, em seguida se espalhou pelos Estados do Brasil, ao todo 100 Unidades foram criadas e estão em funcionamento (CRISPIM MOREIRA, 2014).

Ainda segundo Crispim Moreira (2014), geralmente o valor pago pela população no restaurante popular varia entre R\$ 1,00 e R\$ 2,00. O preço de custo total da refeição varia entre R\$ 3,89 a R\$ 8,39. O Governo subsidia a diferença juntamente com os valores dos contratos.

Os Restaurantes Populares só podem ser implantados em regiões onde a população seja superior a 100.000 (cem mil) habitantes, os consumidores estimados são os trabalhadores formais e informais de baixa renda, desempregados, moradores de rua, estudantes, aposentados.

A cidade de Paranaguá atendia todas as prerrogativas necessárias a instalação deste tipo de empreendimento e a demanda da sociedade foi atendida quando foi instalado no centro da cidade e que atualmente serve 600 refeições diariamente ao valor de R\$ 2,00. Segundo a economia de mercado brasileira, a alimentação da população brasileira, é definida por seu poder aquisitivo, e geralmente a população de baixa renda está vulnerável a alimentar-se de refeições não tanto nutritivas e incompletas (CASSANTI, 2014).

Desta forma os restaurantes populares cumprem um importante fator social nessas áreas onde há maior concentração da população em situação de vulnerabilidade alimentar e nutricional (MDS, 2004), conferindo as classes mais empobrecidas o direito à alimentação adequada mitigando os efeitos maléficos da fome. A finalidade principal dos restaurantes populares, deve ser satisfazer as necessidades do consumidor através do serviço prestado que além da questão da mitigação da fome devem também integrar, a escala de valores utilizada pelo consumidor para a sua satisfação individual (BELIK et al., 2001).

Apesar da relevância dos restaurantes populares, até o momento poucos estudos foram realizados sobre o tema no que se refere ao atendimento prestados por esses estabelecimentos. Segundo Cobra (1992) as organizações, independentemente do tipo de prestação de serviço por elas prestadas devem estar focadas nas necessidades dos clientes e assim traçar estratégias para atender a essas necessidades, cumprindo a sua função essencial.

Ainda no mesmo contexto, Carckle (1992) cita alguns fatores que podem influenciar no comportamento do consumidor como a idade, renda, nível de educação, e gosto do consumidor, a compreensão destes fatores são essenciais na melhoria da qualidade prestada por uma organização.

Assim neste contexto, este trabalho objetivou responder as seguintes questões:

- i) Identificar qual era o perfil do consumidor do restaurante popular no litoral do paraná?
- ii) Diagnosticar quais eram os fatores inerentes ao processo de decisão de consumo no restaurante popular
- iii) Promover uma análise das implicações observadas na pesquisa de campo e identificar os fatores que necessitam de melhorias pela gestão do restaurante popular.

## MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada pesquisa exploratória e descritiva, por meio da abordagem qualitativa e de acordo com o proposto por Gil (2008).

A coleta de dados ocorreu entre julho e setembro de 2016, sendo as entrevistas presenciais realizada por receptividade foi direcionada a 64 consumidores que frequentam diariamente o restaurante popular do município de Paranaguá.

A abordagem qualitativa de acordo com o proposto por Freitas et al. (2012) foi adotada visando obter a percepção dos consumidores acerca das vantagens e desvantagem do restaurante popular, sendo que após a coleta dos dados primários, conforme proposto por Anacleto et al., (2016) a análise dos dados foi feita pela técnica da triangulação dos dados, que envolveu pesquisa documental, as respostas dos entrevistados, bem como as observações dos pesquisadores.

De acordo com Gil (2008), a análise dos dados buscou identificar o perfil do usuário, além dos fatores positivos e negativos inerentes ao Restaurante, buscou-se também verificar o que poderia alterar o comportamento do consumidor durante o processo de decisão de consumo.

As opiniões expressadas pelos entrevistados, foram avaliadas quanto à respectiva influência exercida e a influência sofrida em comparação às demais opiniões, sendo então organizada uma matriz de impacto cruzado, cujo resultado gerou o índice de relevância obtido pela equação, quando foi organizado uma matriz de impacto.

A matriz de impacto de acordo com Anacleto et al., (2016), atribui valores percentuais de 0 a 100 a cada opinião expressada pelos entrevistados primeiramente de forma individual, e posteriormente informações foram cruzadas de forma coletiva, comparando quanto à respectiva influência exercida e a influência sofrida na capacidade comercial, quanto maior o índice maior a relevância e a atenção a ser dedicada na melhoria do empreendimento.

A matriz de impacto gerou um índice de relevância percentual de cada fator avaliado, sendo que o índice pode ser obtida pela equação:

$$IR = \frac{InR_n * InP_n * 100}{\sum SI_{sp}}$$

IR= Índice de Relevância da situação avaliada;

InR<sub>n</sub> = Índices de influência recebida;

InP<sub>n</sub> = Índices de influência provocada;

SI<sub>sp</sub>= Somatória dos índices (InR<sub>n</sub> \* InP<sub>n</sub>) de todas as questões analisadas pelas participantes.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo revelou que em relação ao frequentador diário dos restaurantes populares no litoral do Paraná, o almoço era o horário preferido entre a quase totalidade dos entrevistados (97%), a provável explicação para esta preferência pode residir no fato de que os frequentadores especialmente os trabalhadores após findado o horário de trabalho retornam às suas residências, portanto não utilizam o restaurante no período noturno.

Relativo ao gênero, o estudo mostrou que por pequena margem percentual a maioria dos frequentadores era do gênero masculino (53%) que atendia múltiplas faixas etárias (Tabela 01), porem em sua totalidade estavam distribuídos na população economicamente ativa conforme descrito por IBGE (2016).

Tabela 1: frequência no restaurante popular no litoral do Paraná em relação a faixa etária

Idade dos Entrevistados	%
Entre 15 a 25 Anos	28
Entre 26 a 35 Anos	12

**RAEI**

Entre 36 a 45 Anos	36
Entre 46 a 55 Anos	24
55 Anos ou mais	0

Os resultados em relação a gênero diferem dos obtidos por Bento et al., (2016) que retrataram na cidade de Belo Horizonte ampla frequência do gênero masculino (76,8%), a provável explicação para essa situação pode estar residindo no fato de que na região onde se localiza o restaurante popular do litoral do Paraná existe grande quantidade de escritórios e empresas de despacho aduaneiro, bem como estabelecimentos de várias áreas comerciais que empregam em igual quantidade a mão de obra feminina.

A frequência da faixa etária observada junto ao público trabalhador revela que esse tipo de alimentação pode ser decisivo na composição da renda familiar, dado que segundo Aguiar (2010) é crescente o número de pessoas que se alimentam fora de suas casas, seja pelo tempo que não permite o deslocamento, pela comodidade no local de alimentação. Apesar da tendência observada a alimentação fora do lar e sempre vista com cuidados pelo trabalhador brasileiro, que segundo IBGE (2016) pode ter aproximadamente 24% de sua renda mensal gasto com alimentação fora de casa.

Segundo Food service Brasil (2017), o consumo nos últimos anos de alimentação fora do lar sentiu a crise econômica, tem ressentido a crise econômica no Brasil, e teve redução de 4%, ao ano, neste contexto a alimentação fora do lar que apresente baixo custo se torna relevante na distribuição da renda familiar e os restaurantes populares que ofertam de refeições saudáveis e a preços acessíveis vem se consolidando como alternativa de melhoria da qualidade de vida e de proteção a renda.

O estado civil do consumidor de alimentos nos restaurantes populares não apresentou variação em relação a outros estudos realizados (tabela 2).

Tabela 2: frequência no restaurante popular no litoral do Paraná em relação ao estado civil

Estado Civil	%
Solteiro	48
Casado	44
União estável	2
Separado	4
Viúvos	2

A escolaridade se revela como um fator determinante entre o público que usa o restaurante popular para se alimentar (Tabela 3), sendo observado a tendência de que a medida que se avança a escolaridade, é menor a presença do consumidor de refeições populares.

Tabela 3: Frequência no restaurante popular no litoral do Paraná em relação a escolaridade

Escolaridade	%
Pós-Graduado	0
Ensino Superior completo	4
Ensino Médio Completo	52
Ensino Fundamental Completo	31
Analfabeto	13

A elevada presença do consumidor de refeições com baixa ou nenhuma escolaridade retrata, que a medida que se reduz a renda se eleva a frequência nos restaurantes populares. Os consumidores do restaurante popular se revelaram em grande parte (44%) como sendo de baixa renda, que é aquele público cuja renda familiar não ultrapassa a dois salários mínimos (Tabela 4).

Tabela 4: frequência no restaurante popular no litoral do Paraná em relação a renda familiar

RENDA	%
Sem renda	2
R\$ 768,00	28
R\$ 769,00 a R\$ 1.625,00	44
R\$ 1.626,00 a R\$ 2.705,00	17
R\$ 2.706,00 a R\$ 4.852,00	8
R\$ 4.853,00 a R\$ 9.254,00	2
R\$ 9.255,00 a R\$ 20.888,00	0
Acima R\$ 20.888,00	0

A escolaridade e a renda aparentemente são fatores responsáveis na decisão de escolha pelos consumidores dos restaurantes populares, dado que o baixo preço de custo das refeições também se revelou como fator relevante, assim dado que a alimentação de uma família, normalmente é definida por seu poder aquisitivo.

Anacleto et al. (2014) analisando o perfil do consumidor no litoral do Paraná aferiu que o consumo está de fato associado a renda e escolaridade, sendo que segundo os autores a medida que se avança na escolaridade a renda também se eleva e, que os consumidores regionais quando tem a renda ampliada, apresentam a tendência a buscar produtos de melhor qualidade e maior preço. Neste contexto, os resultados corroboram com o pressuposto de que o restaurante popular cumpre a política de inclusão social estabelecida a ele (Tabela 5) de suprir a necessidades do indivíduo de baixa renda, fazendo que ele consuma uma refeição nutritiva por um preço acessível, reduzindo a vulnerabilidade alimentar desta classe tanto na regularidade, quando em termos de nutrição adequada.

Tabela 5: Pontos negativos e positivos do uso do restaurante popular no litoral do Paraná na percepção dos consumidores.

Pontos negativos	%	Pontos positivos	%
1 Pequena porção servida no prato	51,6	1 Custo Baixo	39%
2 Restaurante pequeno	10,9	2 Alimentação Saudável	30%
3 Cardápio pouco variado	7,80	3 Economia (tempo e dinheiro)	14%
4 Ausência de fiscalização da qualidade	6,30	4 Higiene	9%
5 Presença de moradores de rua (sujos)	3,10	5 Localização	8%

O problema da fome no Brasil, ainda persiste e de acordo com Castro (1967) é consequência do seu passado, isto é, a existência dos interesses humanos em desarmonia com os quadros naturais, no que diz respeito à utilização e extração das riquezas e a correta distribuição dos recursos. Demonstra-se a partir disso, a lentidão na solução desses problemas que exige a busca por rápidos resultados, tendo em vista a necessidade de garantir o direito humano à alimentação adequada, que deve também ser gerado pelas políticas públicas.

O Restaurante Popular faz parte dessa política de inclusão social estabelecida pelo governo federal brasileiro, e muito embora os resultados deste estudo revelem que nas áreas de abrangência conseguem suprir a necessidades do indivíduo de baixa renda, fazendo que ele consuma uma refeição nutritiva por um preço acessível, em contexto geral dado as dimensões do território brasileiro, esse programa alimentar por

## RAEI

si não será capaz de mitigar de forma satisfatória o problema da fome, em especial do trabalhador brasileiro de baixa renda.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo revelou que o consumidor do restaurante popular no litoral do Paraná era frequentado de forma igualitária entre os gêneros que estavam em idade economicamente ativa, sendo na totalidade pessoas de baixa renda financeira.

O estudo observou que a medida que o nível de escolaridade e renda é fator relevante entre os consumidores, sendo que a medida que se eleva a escolaridade e a renda diminui a frequência deste consumidor no restaurante popular.

Os principais fatores de que influencia no processo de decisão de consumo no restaurante popular são o baixo preço, seguido da qualidade do alimento servido.

As principais implicações observadas na pesquisa de campo e que são considerados como negativas pelos consumidores foram o pequeno tamanho do restaurante, e em especial a pequena quantidade de comida servida e sendo que estes fatores necessitam de melhorias pela gestão do restaurante popular para ampliar o nível de satisfação do consumidor.

## REFERÊNCIAS

ADAS, M. A fome: crise ou escândalo?. 25. ed. São Paulo: Moderna, 1988.

AGUIAR, Odaleia Barbosa de; VALENTE, Joaquim Gonçalves; FONSECA, Maria de Jesus Mendes da. Descrição sócio-demográfica, laboral e de saúde dos trabalhadores do setor de serviços de alimentação dos restaurantes populares do estado do Rio de Janeiro. *Rev. Nutr.*, Campinas, v. 23, n. 6, p. 969-982, Dec. 2010

ANACLETO, Adilson; COELHO, Andersandra Pereira; CURVELO, Eder Bruno Couto. As mulheres empreendedoras e as feiras livres no litoral do Paraná. *Faz Ciência*, vol. 18, n. 27, jan/jun de 2016 – p. 118-139.

ANACLETO, A., NEGRELLE, R. R. B., MURARO, D., & TOYOFUKU, T. M. Profile and behavior of the bromeliads consumer in Paraná State-Brazil. *Business Management Review*, v. 5, n. 1, p. 12-19, 2014.

BARRETO, Sandhi Maria Análise da estratégia global para alimentação, atividade física e saúde, da Organização Mundial da Saúde. *Epidemiol. Serv. Saúde*, Brasília, v. 14, n. 1, p. 41-68, mar. 2005.

BELIK, WALTER; SILVA, JOSÉ GRAZIANO DA; TAKAGI, MAYA. Políticas de combate à fome no Brasil. *São Paulo Perspec.*, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 119-129, Dec. 2001.

CASTRO, J. Geografia da Fome. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1967.

CRISPIM MOREIRA Diretor do Departamento de Promoção de Sistemas Descentralizados. Manual do Programa dos Restaurantes Populares: Brasília Setembro de 2014. PATRUS Ministro de Estado do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

CLARKE, Greg. Marketing de serviços e resultados. São Paulo: Futura, 2001.

COBRA, Marcos. Administração de marketing: 2 ed. São Paulo: Atlas, 1992.

FOOD SERVICE BRASIL. Disponível em: <http://www.institutofoodservicebrasil.org.br/>, Acesso em: 20 out. 2017

**RAEI**

FREITAS, C. C. G. MAÇANEIRO, M.B; KUHL, M. R; SEGATTO, A. P.; DOLIVEIRA, S. L. D. ; LIMA, L. F. Transferência tecnológica e inovação por meio da sustentabilidade. Revista de Administração Pública, 2012, v.46, n.2, p. 363-384.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=411820&search=||info%EFicos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 20 out. 2016

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003. Rio de Janeiro: IBGE; 2004. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=411820&search=||info%EFicos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 20 out. 2017