

# Pesquisa de Opinião Pública

## Usuários de Restaurantes Populares



**Ministério do Desenvolvimento  
Social e Combate à Fome**

Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação  
Secretaria de Segurança Alimentar e Nutricional

**PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA**  
**USUÁRIOS DE RESTAURANTES POPULARES**

**Maio e Junho de 2005.**

**Pesquisa de Opinião Pública – Usuários de Restaurantes Populares.**

Esta é uma pesquisa contratada junto ao IBOPE por meio da Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação – SAGI do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

**MDS, 2005.**

Pesquisa de Opinião Pública – Usuários de Restaurantes Populares.

Brasília – Maio e Junho, 2005.

Número de páginas: 41

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

**Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome**

**Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação**

Esplanada dos Ministérios Bloco A 4º andar

CEP: 70.054-.900 – Brasília – DF

[www.mds.gov.br](http://www.mds.gov.br)

## ÍNDICE

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	4
2. METODOLOGIA AMOSTRAL.....	7
3. PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	11
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	13
5. ANEXO.....	37

# 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

a) Foram realizadas 600 entrevistas em 19 restaurantes populares nas seguintes localidades: Belo Horizonte (3), Distrito Federal (5), Rio de Janeiro (3), Salvador (2) e São Paulo (6). A seguir, os principais achados da pesquisa:

- 86% dos usuários aprovam os restaurantes (avaliam como bons ou ótimos);
- 22% dos entrevistados ficam sem alimentação quando não vão aos restaurantes populares;
- 21% dos usuários não possuem endereço regular, sendo possivelmente moradores de rua;
- O preço é o principal motivador (78% dos usuários), mas a qualidade dos alimentos também é muito importante, pois 86% deles afirmam se preocupar com essa questão;
- A função dos restaurantes populares é muito reconhecida entre os entrevistados, sendo que 97%, acreditam que o trabalho desenvolvido nestes locais, de uma maneira geral, possibilita uma melhor condição de vida para os seus usuários;
- Os paulistas e os cariocas são os que melhor avaliam seus restaurantes, 92% e 90%, respectivamente de avaliação “ótima” ou “boa”. O maior índice de avaliação “regular” veio dos usuários dos restaurantes de Belo Horizonte, 17%, e os mais “críticos” foram os entrevistados do Distrito Federal, 5% julgam os restaurantes populares como “ruins” ou “péssimos”.

Outros pontos foram levantados e seguem abaixo:

- **Em relação a sexo:** 70% dos usuários entrevistados são do sexo masculino e 30% do sexo feminino;
- **Em relação a faixas etárias:** os restaurantes de São Paulo, Belo Horizonte e Salvador apresentam uma concentração maior nas faixas extremas (até 30 anos e 51 anos ou mais). No Rio de Janeiro, mais da metade (53%) dos usuários dos restaurantes têm 51 anos ou mais, ou seja, uma grande

concentração de usuários mais velhos. Por sua vez, no Distrito Federal a tendência é inversa, mais da metade, 57% dos usuários, tem até 30 anos. Dentre as faixas etárias, quanto mais **novos** é o usuário, maior a chance dele ter vindo do trabalho - 48% dos entrevistados com até 30 anos e 15% entre os que têm mais de 51 anos. Esta diferenciação também ocorre ao analisarmos o grau de escolaridade dos usuários. Quanto **menos instruído**, maior a chance do usuário ter vindo de casa (50%) e, quanto **mais instruído**, do trabalho (43%);

- **Em relação ao nível de instrução:** os usuários do Rio de Janeiro são os menos instruídos: 43% deles têm até a 4ª série do ensino fundamental, enquanto a maior parcela dos usuários dos restaurantes nas demais capitais e no Distrito Federal têm ensino médio ou superior (63% no Distrito Federal, 55% em Belo Horizonte, 48% em Salvador e 44% em São Paulo);
- **Em relação à residência fixa:** São Paulo e Distrito Federal apresentam os maiores índices de usuários sem residência fixa. Entre os que não tem onde morar, 45% é freqüentador dos restaurantes de São Paulo, 38% dos do Distrito Federal, 10% do Rio de Janeiro, 6% de Belo Horizonte e 2% de Salvador;
- **Em relação à freqüência:** quase metade dos usuários são assíduos freqüentadores destes estabelecimentos (45%). Outra parcela, quase um quarto (27%) afirma que freqüenta este tipo de restaurante “de vez em quando”. Apenas 6% raramente comem nestes locais, e também 6% estavam lá pela primeira vez;
- **Em relação à quantidade de vezes por semana que faz refeições em restaurantes populares:** 39% diz fazer suas refeições cerca de 5 vezes por semana em restaurantes populares, isto é, comem nestes locais de segunda a sexta-feira. Na média dos entrevistados, a freqüência de visitas é de 3,7 vezes por semana;

- **Em relação ao motivo para frequência:** o principal motivo apontado foi o preço das refeições (78% dos entrevistados), em seguida, a qualidade saudável dos pratos oferecidos (43% dos entrevistados);
- **Em relação ao meio de transporte utilizado:** para chegar até o restaurante popular, o ônibus é usado por 40% dos entrevistados, enquanto 44% vão a pé. Mais da metade das mulheres (51%) vão aos restaurantes de ônibus, enquanto também mais da metade (52%) dos entrevistados com idade até 30 anos vão a pé. Por sua vez, 63% dos usuários com 51 anos ou mais vão ao restaurante de ônibus. A distribuição por estado mostra que: em São Paulo, Belo Horizonte e Distrito Federal a maior parte dos usuários chega aos restaurantes a pé, enquanto no Rio de Janeiro e Salvador a maior parte vai de ônibus;
- **Em relação à ida em família:** a grande maioria dos usuários dos restaurantes populares (71%) faz suas refeições sozinhos, sem nenhum outro integrante da família. Dentre os que fazem as refeições com seus parentes, as mulheres destacam-se mais do que os homens. Regionalmente, pode-se destacar que no Distrito Federal existe uma maior preponderância de usuários que comem acompanhados de seus parentes;
- **Em relação ao gasto com a refeição:** é praticamente um consenso entre os usuários dos restaurantes que o preço cobrado é acessível: 98% comungam desta opinião. De acordo com esta mesma linha de opinião, 84% dos usuários acreditam que o valor das refeições nestes restaurantes representa um valor baixo ou muito baixo nos seus orçamentos pessoais;
- **Em relação aos alimentos mais consumidos:** o tradicional arroz com feijão, bife e salada (uma mistura bastante equilibrada nutricionalmente);
- **Em relação às preferências alimentares:** as opções que mais agradam os usuários são as que fogem da alimentação do dia-a-dia, assim, o frango e a

feijoadas foram as mais citadas (17% dos entrevistados cada uma). Em seguida a opção preferida foi carne/ bife (8% dos entrevistados).

## **2. METODOLOGIA AMOSTRAL**

### **I - ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA**

- a) Área da Pesquisa: Belo Horizonte – MG, Distrito Federal, Rio de Janeiro – RJ, Salvador e São Paulo – SP.
- b) Universo da Pesquisa: usuários dos Restaurantes Populares das localidades acima listadas.

### **II - CRITÉRIOS DE AMOSTRAGEM**

A amostra foi estratificada por cidade, e selecionada através de critérios probabilísticos, em dois estágios:

- a) Em cada cidade foram selecionados os restaurantes a partir da listagem completa dos mesmos.



## LISTAGEM COMPLETA

NR	UF	Município/DF	Nome da Unidade/ Restaurante	Endereço da Unidade ou Órgão Responsável
1	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Brás	R. Dr. Almeida Lima, 900, Brás
2	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Campos Elíseos	Largo Coração de Jesus, 28, Campos Elíseos
3	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Guaianazes	R. Otelo Augusto Ribeiro, 343, Guaianazes
4	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato 25 de Março	R. Vinte e Cinco de Março, 166, Glicério
5	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Itaim Paulista	Av. Marechal Tito, 4120, Itaim Paulista
6	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Lapa	R. Afonso Sardinha, 245, Lapa
7	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Liberdade	R. Galvão Bueno, 747, Liberdade
8	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Santana	R. Dr. Zuquim, 532, Santana
9	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Santo Amaro	R. Mário Lopes Leão, 685
10	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato São Mateus	Av. Mateo Bei, 2604, São Mateus
11	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato São Miguel Paulista	R. José Otoni, 256
12	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Vila Nova Cachoeirinha	R. Deputati Cantídio Sampaio, 140, Vila Nova Cachoeirinha
13	SP	São Paulo	Restaurante Escola Boracea	R. Boracea, 270, Barra Funda
14	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Herbert de Souza Betinho	R. Senador Pompeu, s/ nº, Central do Brasil
15	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Getúlio Vargas	Av. Francisco Real, 1780, Bangu
16	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Radialista Jorge Curi	R. Prof. Eurico Rabelo, Maracanã
17	BA	Salvador	Restaurante Popular Prato do Povo Liberdade	Primeira Travessa Lima e Silva, 258, Liberdade
18	BA	Salvador	Restaurante Popular Prato do Povo Comércio	Av. Terminal da França, s/nº, Edifício do Instituto do Cacau da Bahia
19	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular Unidade I	Av. do Contorno, 11484, Centro
20	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular Unidade II	R. Ceará, 490, Santa Efigênia
21	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular	Av. Antônio Carlos, 821, Mercado Municipal da Lagoinha
22	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário São Sebastião	SEPN, Quadra 516, Edifício Carlton Center, 2º andar
23	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Samambaia	SEPN, Quadra 516, Edifício Carlton Center, 2º andar
24	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Ceilândia	SEPN, Quadra 516, Edifício Carlton Center, 2º andar
25	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Paranoá	SEPN, Quadra 516, Edifício Carlton Center, 2º andar
26	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Santa Maria	SEPN, Quadra 516, Edifício Carlton Center, 2º andar

b) Em cada restaurante selecionado foram sorteados os usuários através de método probabilístico (saltos sistemáticos), ao longo de todo o período de atendimento, durante uma semana.

Com tal metodologia, garantimos uma amostra representativa do universo de usuários de restaurantes populares nas cidades pesquisadas, levando em conta a distribuição desse público entre os diversos restaurantes existentes, assim como por dias da semana e horários de atendimento.

Foram realizadas 20 entrevistas por ponto amostral, conforme metodologia apresentada na proposta aprovada na licitação. Com este critério, ocorreu sorteio de locais apenas em São Paulo. Assim, a seleção dos locais foi a seguinte:

### RESTAURANTES SORTEADOS

NR	UF	Município/DF	Nome da Unidade/Restaurante	Entrevistas
1	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Brás	20
2	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Guaianazes	20
3	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Lapa	20
4	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Santana	20
5	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Santo Amaro	20
6	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato São Mateus	20
7	SP	São Paulo	Restaurante Bom Prato Vila Nova Cachoeirinha	20
				<b>120</b>
8	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Herbert de Souza Betinho	40
9	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Getúlio Vargas	40
10	RJ	Rio de Janeiro	Restaurante Popular Radialista Jorge Curi	40
				<b>120</b>
11	BA	Salvador	Restaurante Popular Prato do Povo Liberdade	60
12	BA	Salvador	Restaurante Popular Prato do Povo Comércio	60
				<b>120</b>
13	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular Unidade I	40
14	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular Unidade II	40
15	MG	Belo Horizonte	Restaurante Popular	40
				<b>120</b>
16	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário São Sebastião	24
17	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Samambaia	24
18	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Ceilândia	24
19	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Paranoá	24
20	DF	Distrito Federal	Restaurante Comunitário Santa Maria	24
				<b>120</b>

### III - DIMENSIONAMENTO AMOSTRAL

Ao todo, foram realizadas 600 entrevistas, sendo 120 em cada um das 5 localidades.

#### IV - MARGEM DE ERRO E INTERVALO DE CONFIANÇA

O intervalo de confiança considerado é de 95% e a margem de erro máxima estimada (supondo heterogeneidade máxima, com proporções de 50%) é de **4,0 pontos percentuais** para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.

#### V - COLETA DE DADOS

a) Trabalhos de campo: uma equipe de entrevistadores do IBOPE, registrados em caráter permanente, com experiência e treinamento específico em pesquisa de opinião pública, devidamente credenciada, fez as entrevistas pessoais, com uso de questionário especialmente desenvolvido.

Todos os entrevistadores do IBOPE são registrados em regime de CLT, e muitos trabalham na empresa há vários anos, tendo com isso angariado larga experiência em estudos de opinião pública ou de caráter social, o que inclui estudos desta natureza.

b) Fiscalização: para verificação dos critérios de aplicação e adequação da amostra, foram fiscalizados 20% do total de questionários executados por cada entrevistador.

c) Crítica e controle de qualidade: todos os questionários foram submetidos a um processo de crítica e consistência.

### 3. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

<b>SEXO</b>	
Masculino	70%
Feminino	31%

restaurantes), encontramos mais homens do que mulheres como usuários.

Dentre as faixas etárias, observa-se

uma divisão entre três grandes blocos: um terço dos usuários tem até 30 anos, outro terço tem idade entre 31 e 50 anos, e o terceiro grupo, também do mesmo tamanho, com idade superior a 50 anos.

<b>IDADE</b>	
Até 30 anos	34%
De 31 a 40 anos	19%
De 41 a 50 anos	16%
51 anos ou mais	31%

<b>ESCOLARIDADE</b>	
Até 4ª série do fundamental	27%
Entre 5ª e 8ª séries do fundamental	27%
Ensino médio e superior	47%

restante se divide igualmente entre aqueles que têm até 4ª série do ensino fundamental e entre 5ª a 8ª séries.

Sobre a renda, a maior concentração está entre aqueles que ganham entre 1 e 3 salários mínimos mensais, a segunda maior parcela está entre aqueles que ganham até 1 salário mínimo.

<b>RESIDÊNCIA FIXA</b>	
Sim	79%
Não	21%

<b>RENDA INDIVIDUAL</b>	
Mais de 3 salários mínimos	13%
Entre 1 e 3 salários mínimos	39%
Até 1 salário mínimo	31%
Não tem renda pessoal/ Não opinou	17%

Dentre estes mesmos usuários, levantamos também que a grande maioria dos usuários tem residência fixa, enquanto 21% não endereço regular.

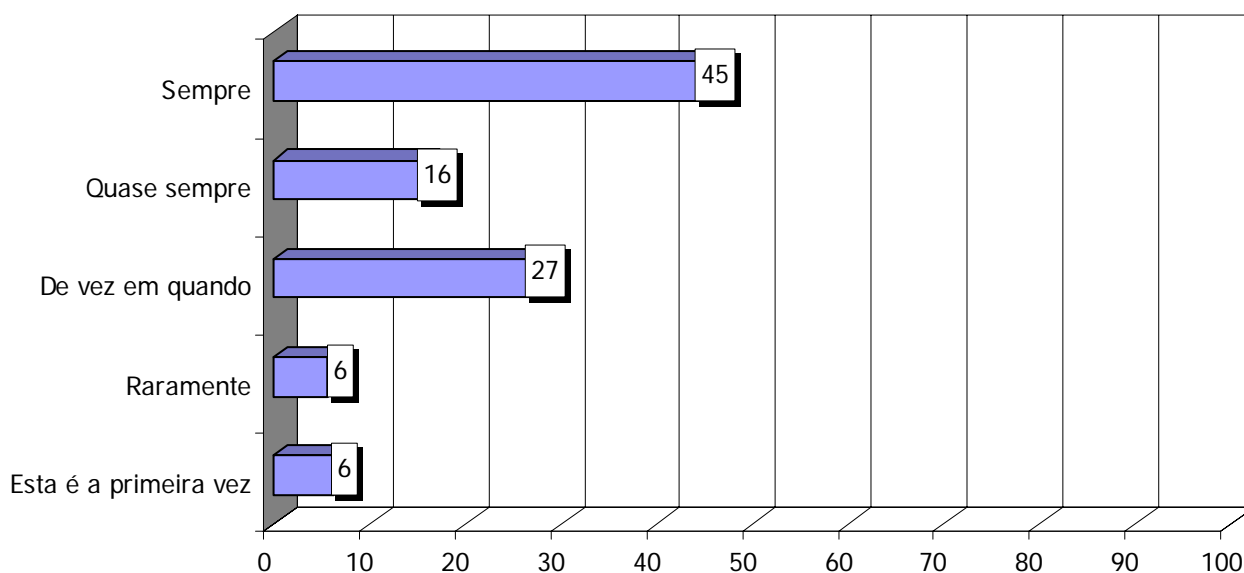
Observando estes dados de perfil por localidade, percebem-se dados interessantes sobre os usuários de cada restaurante popular:

- Com relação ao sexo, há uma maior utilização dos restaurantes por mulheres no Rio de Janeiro, enquanto nas demais localidades a proporção é de aproximadamente 7 homens para 3 mulheres, nos restaurantes cariocas ela é de menos de 6 para 4, muito próximo da igualdade entre ambos os sexos.
- Sobre faixas etárias, os restaurantes de São Paulo, Belo Horizonte e Salvador têm uma distribuição muito parecida com a média dos usuários, isto é, uma concentração maior nas faixas extremas (até 30 anos e 51 anos ou mais). Já mais da metade (53%) dos usuários dos restaurantes do Rio de Janeiro têm 51 anos ou mais, ou seja, uma grande concentração de usuários mais velhos. Por sua vez, no Distrito Federal a tendência é inversa, mais da metade, 57% dos usuários, tem até 30 anos.
- Os usuários do Rio de Janeiro também se destacam por serem os menos instruídos: 43% deles, a maior parcela, tem até a 4ª série do ensino fundamental, enquanto a maior parcela dos usuários dos restaurantes nas demais capitais e no Distrito Federal têm ensino médio ou superior (63% no Distrito Federal, 55% em Belo Horizonte, 48% em Salvador e 44% em São Paulo).
- Estão em São Paulo e no Distrito Federal os maiores índices de usuários sem residência fixa. Dentre quem não tem onde morar, 45% é freqüentador dos restaurantes de São Paulo, 38% do Distrito Federal, 10% do Rio de Janeiro, 6% de Belo Horizonte e 2% de Salvador.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A primeira pergunta realizada aos usuários dos Restaurantes Populares pesquisados foi com qual frequência eles costumam fazer suas refeições em restaurantes populares como aqueles. O que se pode notar é que quase a metade dos usuários são assíduos freqüentadores destes estabelecimentos (45%). Outra parcela, quase um quarto (27%) afirma que freqüenta este tipo de restaurante “de vez em quando”. Apenas 6% raramente comem nestes locais, e também 6% estavam pela primeira vez lá.

### FREQÜÊNCIA DAS REFEIÇÕES EM RESTAURANTES POPULARES (Estimulada - Uma opção) (%)



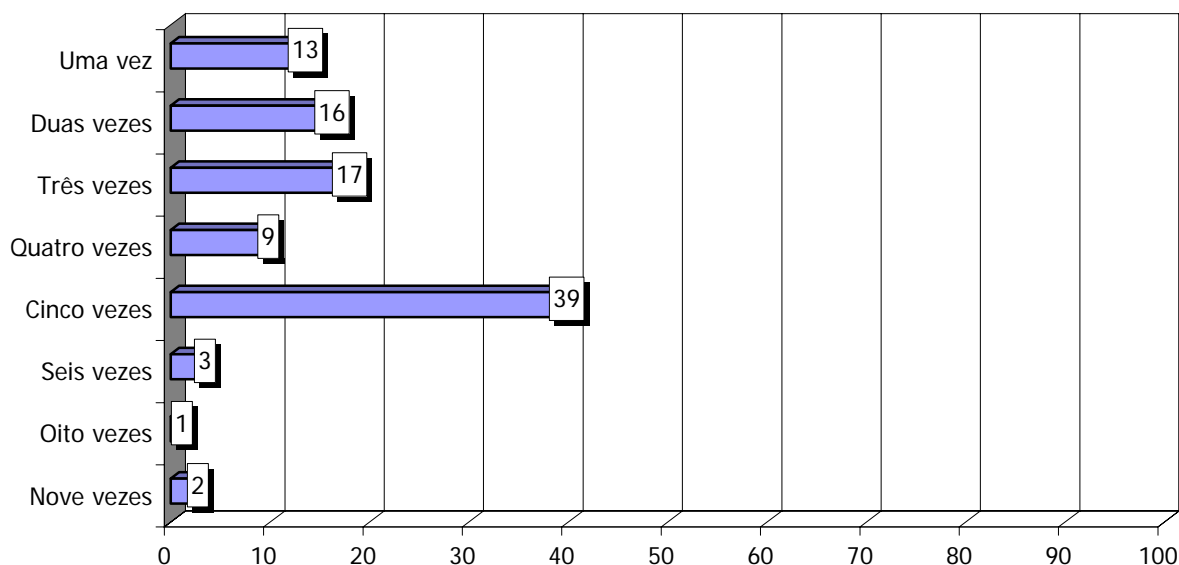
Analisando estes resultados por segmento, nota-se que os homens são mais “fiéis” a este tipo de restaurante, são eles os que mais afirmam que fazem suas refeições lá sempre, 50%, enquanto este índice é de 33% entre as mulheres. Além dos homens, os eleitores menos instruídos (com até a 4ª série do ensino fundamental) também usam mais freqüentemente estes restaurantes.

Os entrevistados que dizem não ter renda pessoal, na pesquisa, são os que mais citam (15%) que no momento da entrevista estavam em sua primeira visita ao restaurante.

Regionalmente, pode-se observar que dentre os usuários dos restaurantes populares do Rio de Janeiro estão aqueles que mais freqüentam os estabelecimentos: 53% deles afirmam ir sempre a eles.

Como um desdobramento da primeira pergunta, para os usuários que costumam freqüentar o restaurante popular, foi perguntado, em média, quantas vezes por semana ele costuma se alimentar neste estabelecimento, e 39% destes diz fazer suas refeições cerca de 5 vezes por semana em restaurantes populares, isto é, comem nestes locais de segunda a sexta-feira. Na média dos entrevistados, a freqüência de visitas aos restaurantes populares é de 3,7 vezes por semana.

**QUANTIDADE DE VEZES POR SEMANA QUE FAZ REFEIÇÕES EM RESTAURANTE POPULAR**  
**(Somente para quem costuma freqüentar o restaurante)**  
**(Espontânea)**  
**(%)**  
**MÉDIA: 3,7**



Base: 563 casos

Vale ressaltar que a incidência de visitas aos restaurantes mais de 5 vezes por semana dá-se pelo fato de em alguns dos restaurantes sorteados funcionarem não só para o almoço, mas também para o jantar, o que aumenta a possibilidade do número de visitas para os usuários.

Indo de encontro ao já observado na questão anterior, os usuários dos restaurantes populares do Rio de Janeiro são os que mais fazem suas refeições nestes locais, em média, 3,9 vezes por semana.

Por outro lado, os usuários do Distrito Federal são os mais esporádicos, 19% dizem que freqüentam apenas 1 vez por mês, e apenas 21% visita o restaurante nos 5 dias da semana, enquanto a média é de 39%, como já foi salientado, e entre os cariocas chega a 50%.

Os usuários dos restaurantes populares fazem suas refeições neles principalmente pelo fator financeiro e pela possibilidade de terem uma alimentação saudável. De cada 4 entrevistados, 3 dizem que um dos fatores decisivos é o preço, enquanto 43% destes também salientam a qualidade saudável dos pratos oferecidos.

#### **MOTIVOS QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO RESTAURANTE POPULAR (Espontânea - Várias opções)**

	<b>%</b>
Preço	78
Refeição saudável	43
Localização do restaurante	16
Refeição de qualidade boa	04
Atendimento bom	02
Limpeza/ higiene	02
Necessidade (mora sozinho/ não tem esposa/ ninguém que faça	02
Comodidade	01
Falta de tempo de fazer refeições em casa	01
Para experimentar	01
Indicação de amigos/ terceiros parentes	01
Outros motivos citados	02
Nenhum motivo principal	02
Não opinou	00

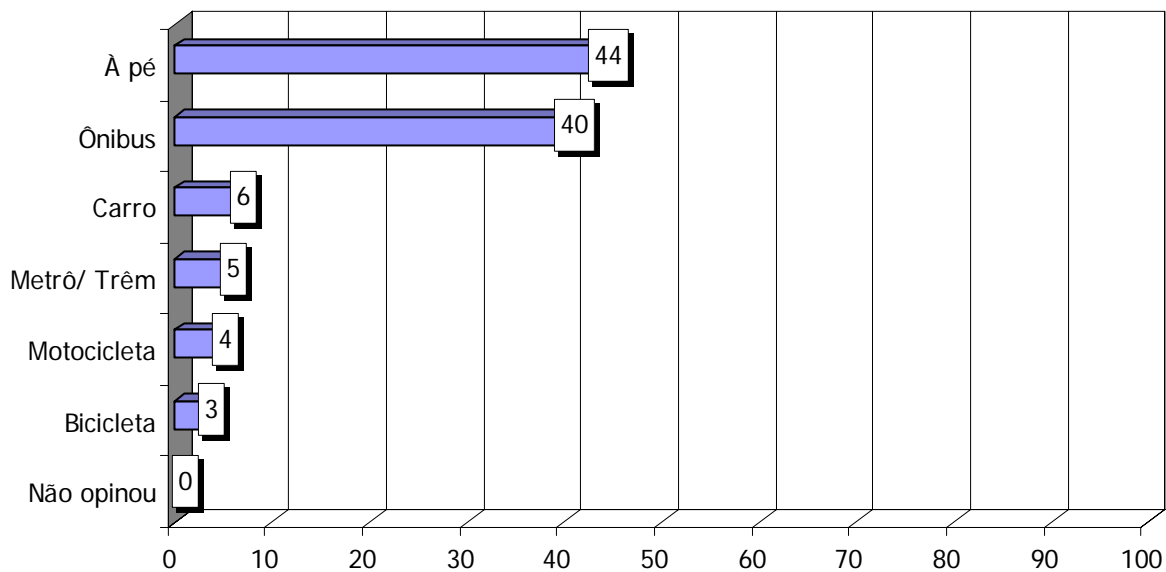
Apesar da enorme força do fator preço, nota-se algumas diferenciações regionais quanto a estas motivações:

- Em Belo Horizonte a força do fator preço é maior, 86% dos usuários justificam sua presença pela questão financeira.
- Mais da metade (58%) dos usuários dos restaurantes populares de São Paulo salientam o quanto as refeições são saudáveis.



Também levantamos junto aos usuários quais foram os meios de transporte utilizados por eles para chegarem até o restaurante popular, e o ônibus mostrou-se usado por 40% dos entrevistados, enquanto 44% afirmam que chegaram a pé.

**MEIOS DE TRANSPORTE QUE UTILIZA PARA CHEGAR AO RESTAURANTE POPULAR  
(Espontânea - Várias opções)  
(%)**

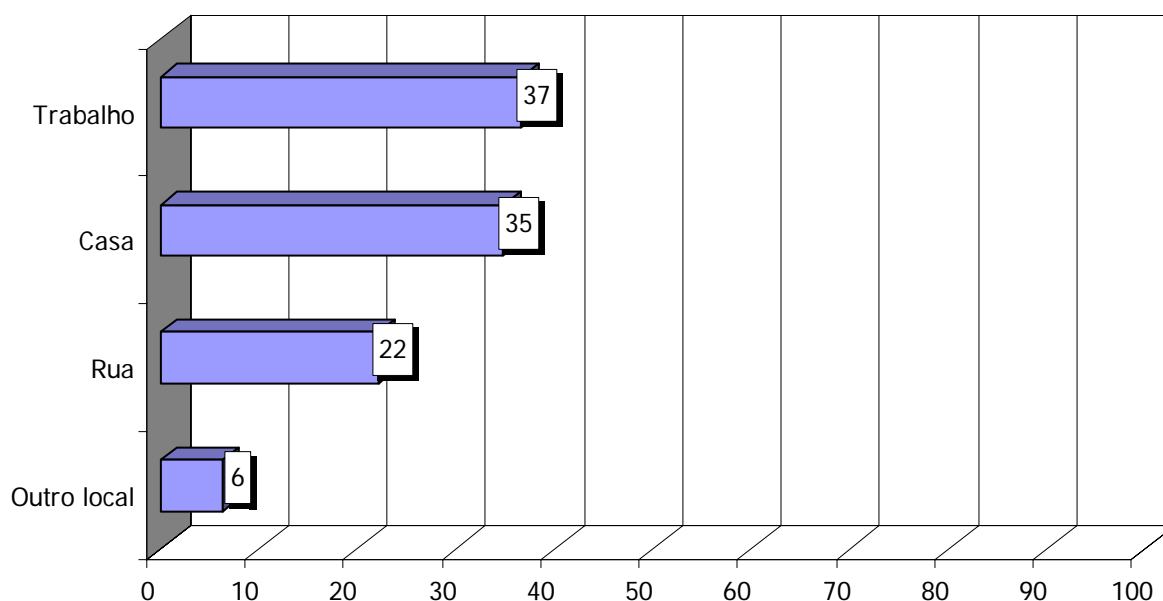


Mais da metade das mulheres (51%) vão aos restaurantes de ônibus, enquanto também mais da metade (52%) dos entrevistados com idade até 30 anos vão a pé. Por sua vez, 63% dos usuários com 51 anos ou mais vão ao restaurante de ônibus.

A opção “ônibus X a pé” tem também diferenças regionais: em São Paulo, Belo Horizonte e Distrito Federal a maior parte dos usuários chega aos restaurantes a pé, enquanto no Rio de Janeiro e Salvador a maior parte vai de ônibus.

Outra questão levantada foi de onde os usuários vieram antes de chegar ao restaurante, e o que a pesquisa mostra é que a maior parcela, ou vem do trabalho, ou vem de casa.

**LOCAL EM QUE COSTUMA ESTAR ANTES DE IR AO RESTAURANTE POPULAR**  
(Estimulada - Uma opção)  
(%)



Como era de se esperar, a maior parte das mulheres vem de casa, e a maior parte dos homens vem do trabalho. Dentre as faixas etárias, quanto mais novo o usuário, maior a chance de ele ter vindo do trabalho (48% entre quem tem até 30 anos, e 15% entre quem tem mais de 51 anos), a maioria dos frequentadores com 51 anos ou mais (58%) vem de suas casas.

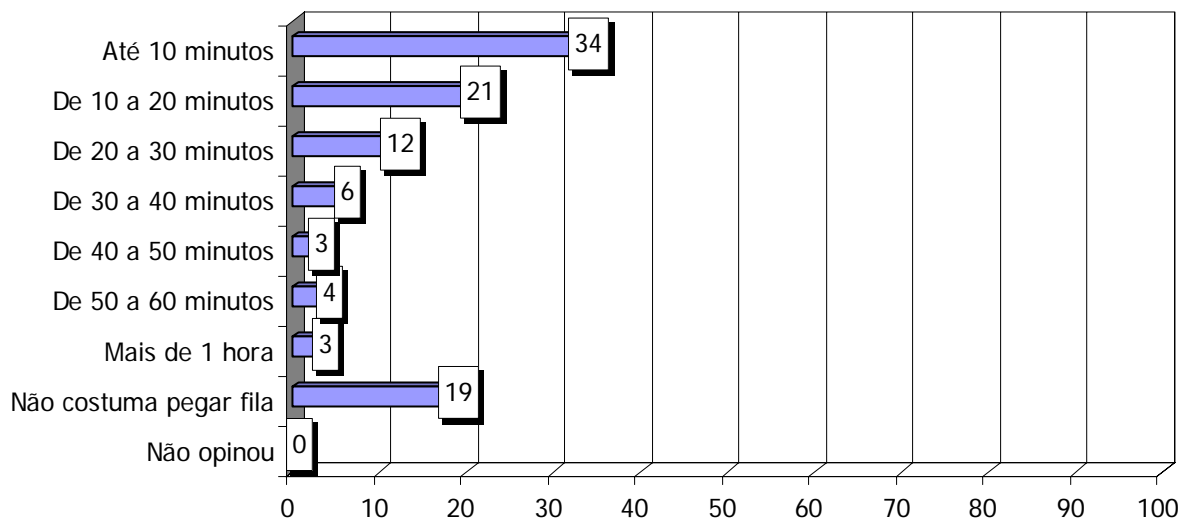
Nesta questão a escolaridade do entrevistado também influenciou: quanto menos instruído maior a chance do usuário ter vindo de casa, quanto mais instruído, do trabalho.

Regionalmente também notamos diferenciações: os usuários do Rio de Janeiro são os que mais vem de casa, enquanto os de São Paulo, Belo Horizonte e Distrito Federal são os que mais vem do trabalho. Já os usuários dos restaurantes de Salvador são os que mais vem da rua.

Ao cruzarmos esta pergunta (de onde vem) com a anterior (como vem), nota-se que entre os usuários que estão no restaurante e vieram de casa, a sua maioria vem de ônibus, já os que vêm do trabalho para o restaurante, a maioria vem a pé.

Outra questão levantada foi o tempo que os usuários ficam nas filas dos restaurantes para serem atendidos, e o que se pode notar é que o tempo não é muito longo, já que um em cada três entrevistados disse ficar na fila até 10 minutos e 19% dizem que não costumam pegar fila.

### TEMPO QUE FICA NA FILA DO RESTAURANTE (Espontânea - Uma opção) (%)



Regionalmente, observa-se que os restaurantes de São Paulo e do Distrito Federal (principalmente o segundo) destacam-se pela rápida fluidez das filas, nestes dois locais é onde ocorrem as maiores concentrações de filas de até 10 minutos. Por sua vez, os restaurantes de Belo Horizonte destacam-se por não terem filas (1 em cada 4 entrevistados da capital mineira diz não pegar fila nos restaurantes). Já os restaurantes cariocas são os mais demorados, 12% dos usuários afirmam que ficam mais de 1 hora na fila para serem atendidos.

A grande maioria dos usuários dos restaurantes populares (71%) faz suas refeições sozinho, sem nenhum outro integrante da sua família.

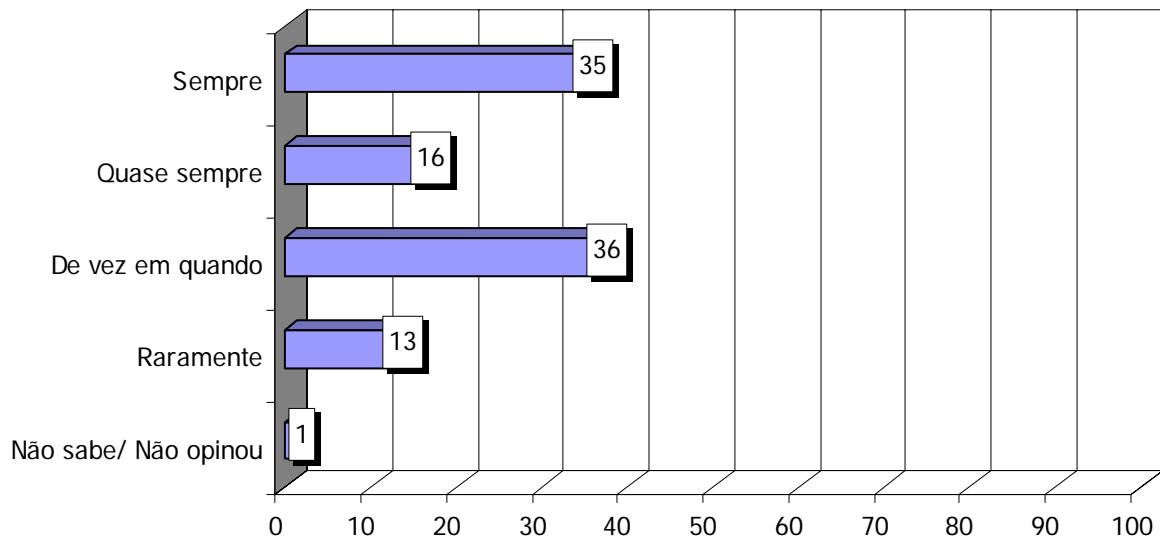
**OUTROS MEMBROS DA FAMÍLIA QUE COSTUMAM FAZER REFEIÇÕES NO RESTAURANTE POPULAR  
(Espontânea - Várias opções)**

	<b>%</b>
Marido/ Esposa	06
Companheiro(a)	03
Filho(a)	09
Pai/ Mãe	05
Irmão(ã)	09
Sogro(a)	01
Cunhado(a)	02
Primo(a)	03
Tio(a)	01
Sobrinho(a)	03
Neto(a)	01
Outro parente	02
Nenhuma outra pessoa da família	71

Dentre os que fazem as refeições com seus parentes, as mulheres destacam-se mais do que os homens. Entre os usuários dos restaurantes do Distrito Federal também há uma maior preponderância de usuários que comem acompanhados de seus parentes.

A frequência com que estes parentes acompanham os usuários dos restaurantes também foi mensurada entre os que comem acompanhados.

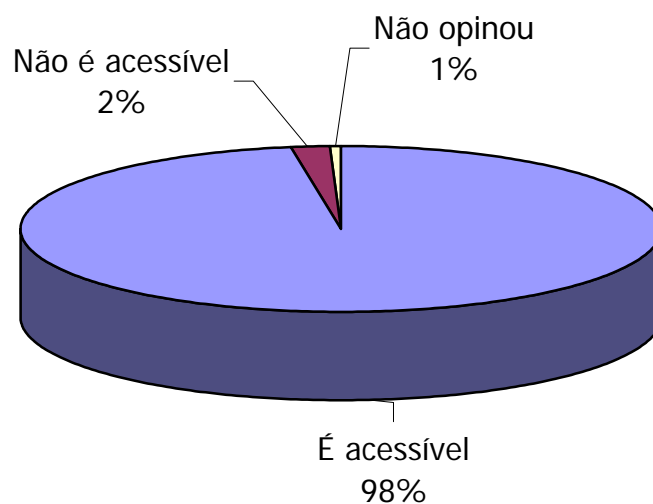
**FREQUÊNCIA DAS REFEIÇÕES EM RESTAURANTE POPULAR POR OUTROS MEMBROS DA FAMÍLIA**  
 (Somente para quem respondeu que outra pessoa da família faz refeições no restaurante)  
 (Espontânea - Uma opção)  
 (%)



Base: 176 casos

É praticamente um consenso entre os usuários dos restaurantes que o preço cobrado neles é acessível: 98% comungam desta opinião.

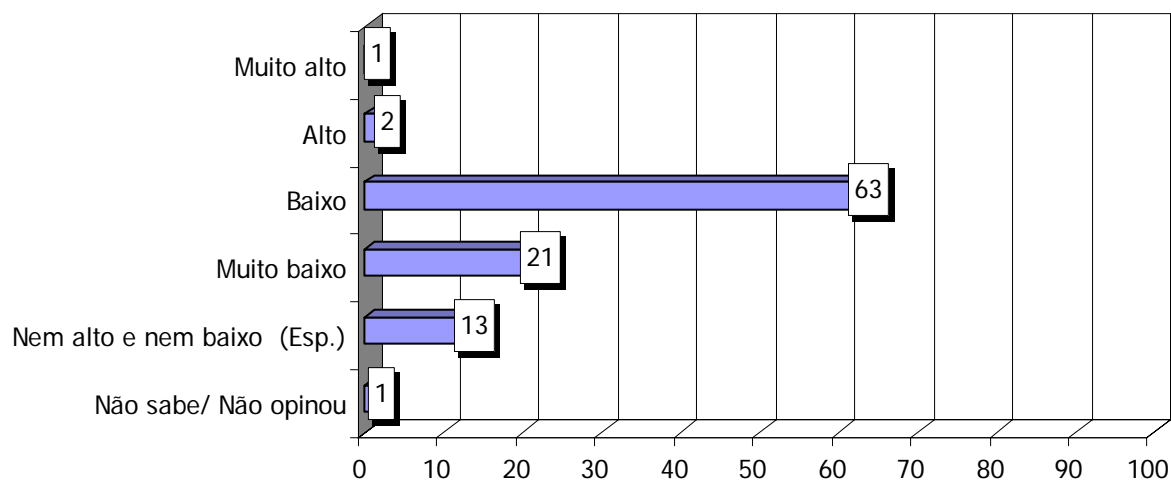
**OPINIÃO SOBRE O VALOR COBRADO ATUALMENTE NO RESTAURANTE POPULAR**



O único destaque nesta questão tão “unânime” é que 7% dos usuários dos restaurantes do Rio de Janeiro afirmam que o valor cobrado não é acessível.

De acordo com esta mesma linha de opinião, 84% dos usuários acreditam que o valor das refeições nestes restaurantes representa um valor baixo ou muito baixo nos seus orçamentos pessoais.

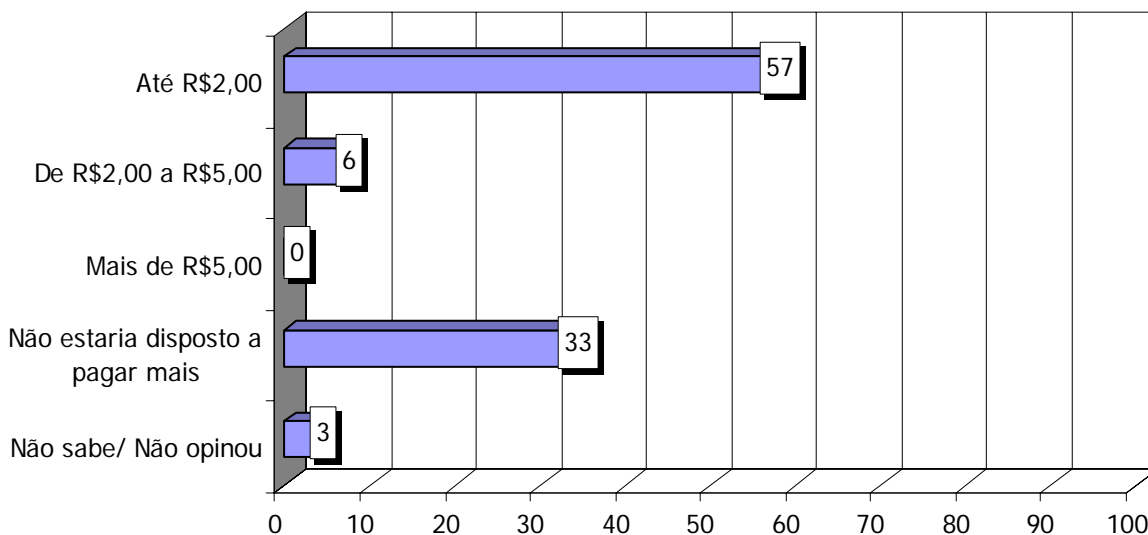
### O QUANTO REPRESENTA O VALOR GASTO NAS REFEIÇÕES DO RESTAURANTE PARA O ORÇAMENTO MENSAL (%)



Neste caso, regionalmente, o único destaque é o elevado número de usuários dos restaurantes de Salvador que afirmam, espontaneamente, que o valor não é nem alto nem baixo, 36%, enquanto a média é de 13%.

Foi testado também um valor aceitável no caso de um reajuste no valor das refeições, e o que se observa é que mais da metade dos entrevistados, 57%, dizem-se dispostos a pagar até R\$ 2,00 pelas refeições. Porém, um terço dos entrevistados não está disposto a pagar mais pelas refeições.

**VALOR QUE ESTARIA DISPOSTO A PAGAR CASO AS REFEIÇÕES NO RESTAURANTE POPULAR SOFRESSEM AUMENTO (Espontânea - Uma opção) (%)**

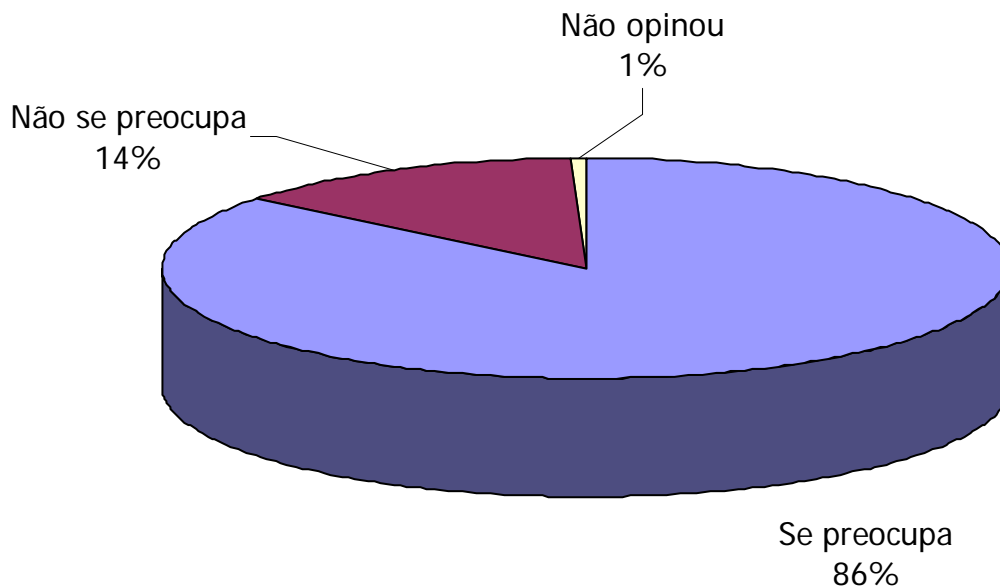


Os segmentos mais dispostos a pagar até R\$ 2,00 são os usuários mais jovens (com idade até 30 anos), aqueles com uma renda maior (mais de 3 salários mínimos) e aqueles que residem no Distrito Federal.

Como era de se esperar, os menos dispostos a pagar mais são os usuários com menor poder aquisitivo (sem renda ou com renda de até 1 salário mínimo) e os moradores da capital baiana.

Outra questão levantada na pesquisa foi a preocupação do usuário dos restaurantes com uma alimentação saudável, foi o levantamento de um comportamento pessoal deles, e nesta questão observa-se que a grande maioria afirma se preocupar com este assunto.

## PREOCUPAÇÃO EM ESCOLHER ALIMENTOS SAUDÁVEIS



Porém, dentre estes usuários dos restaurantes populares, os que menos se preocupam com os alimentos são os entrevistados mais velhos (com 51 anos ou mais) e os menos instruídos (aqueles com até 4ª série do ensino fundamental). Os usuários dos restaurantes cariocas também mostram-se menos preocupados com alimentos saudáveis do que os demais.

Por outro lado, os mais preocupados com este tema são os usuários dos restaurantes de Salvador.

Como um desdobramento desta pergunta sobre a preocupação com os hábitos saudáveis, levantamos também quais são os alimentos mais consumidos pelos usuários dos restaurantes, e o que se nota é que o tradicional arroz com feijão, bife e salada (uma mistura bastante equilibrada nutricionalmente) está, de fato, dentre as preferências nacionais.



## ALIMENTOS QUE COSTUMA CONSUMIR DIARIAMENTE (Estimulada - Várias opções)

	%
Feijão	94
Arroz	92
Frango	66
Carne/ Bife	66
Saladas	58
Verduras	57
Legumes	55
Frutas	48
Peixe	46
Macarrão	45
Pão	37
Ovos	32
Leite/ Iogurte	27
Farinha	26
Mandioca/ Inhame/ Aipim/ Macaxeira/ Tapioca	23
Doces	22
Carne de sol/ Carne seca/ Charque	19
Cereais	17
Fubá/ Cuzcuz	16
Bolo	16
Salgados	15
Sanduíches	11
Café	01
Outras citações com menos de 1%	01
Nenhum alimento principal	00

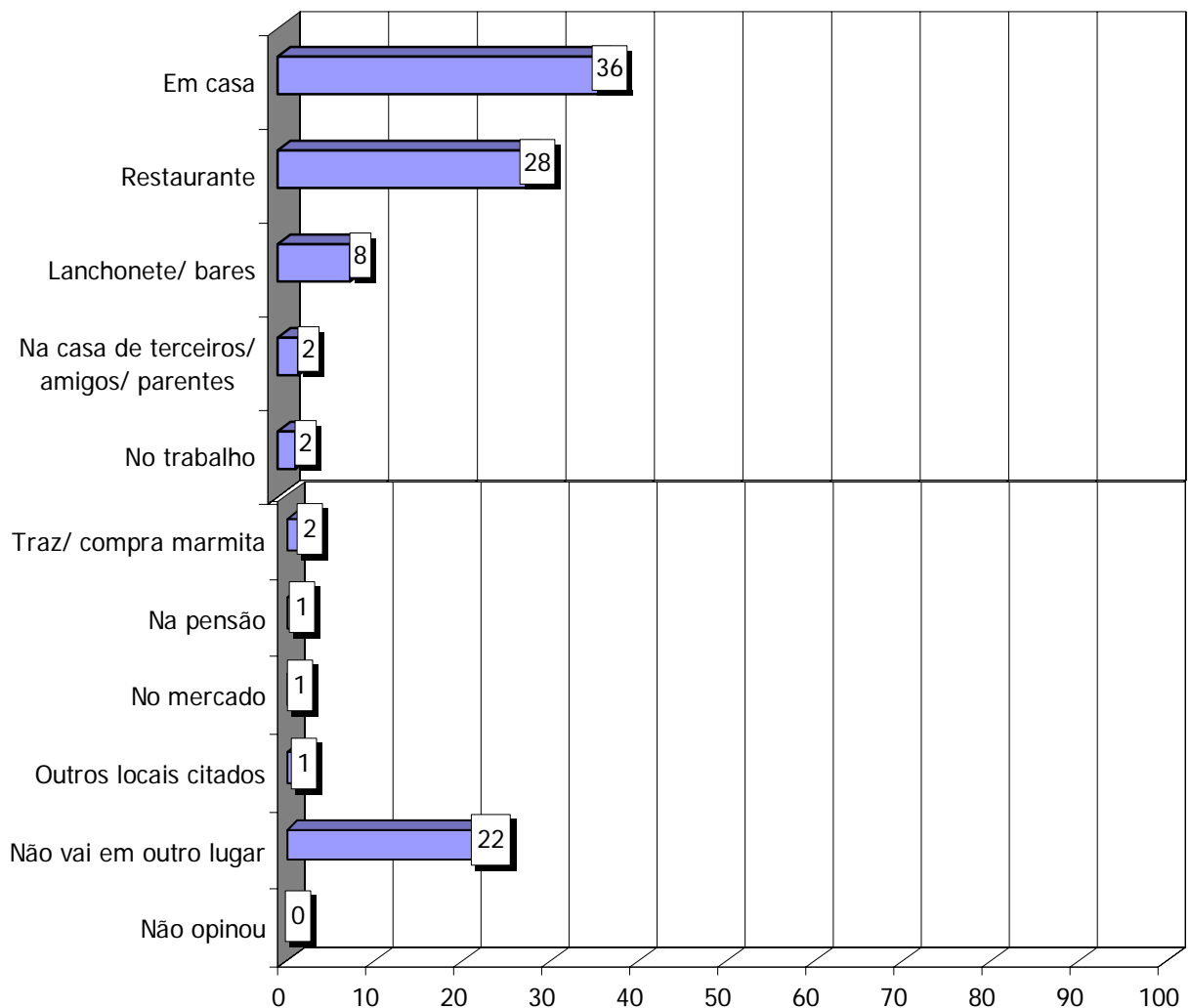
Regionalmente, porém, percebemos algumas diferenças:

- Os usuários cariocas são os que menos dizem que costumam consumir “carne/bife”, os usuários dos restaurantes do Rio de Janeiro, por sua vez, são os que mais preferem “frango”.
- Os usuários dos restaurantes da capital mineira são os que mais preferem consumir “macarrão”.
- A “farinha” é mais preferida pelos entrevistados da capital baiana.
- Já os “ovos” são mais citados pelos usuários dos restaurantes do Distrito Federal e Belo Horizonte. Os paulistas são os que menos citam sua preferência por ovos.

- Mandioca/Inhame/Aipim/Macaxeira/Tapioca é também mais consumida pelos usuários de Belo Horizonte do que pelos demais.
- Os “sanduíches” e os “salgados” em geral têm uma preferência maior no Distrito Federal.
- As “frutas”, por sua vez, são mais destacadas em Salvador do que nas outras capitais e no Distrito Federal.

Outra questão levantada na pesquisa é de onde os usuários se alimentam quando não vão aos restaurantes populares, e o que se observa é a predominância da alimentação caseira, seguida pela refeição em outros tipos de restaurantes e (o que é pior) a não alimentação, por 22% dos entrevistados.

**LOCAL ONDE COSTUMA COMER QUANDO NÃO VAI AO RESTAURANTE POPULAR**  
**(Espontânea - Várias opções)**  
**(%)**



Como já se tinha observado em questões anteriores, os homens são os que mais se alimentam em outros tipos de restaurantes, enquanto as mulheres destacam-se por fazerem suas refeições em casa, ou não se alimentarem (30% das entrevistadas deixam de se alimentar ao não ir até o restaurante popular, enquanto este índice é de 19% entre os homens).

Ainda neste segmento dos que não vão a nenhum outro lugar, destacam-se os usuários mais velhos (51 anos ou mais) e os menos instruídos (até 4ª série do ensino fundamental). Os usuários do Rio de Janeiro (50%) e de São Paulo (38%) também são os que mais deixam de se alimentar quando não vão aos restaurantes populares.

Já mais da metade dos usuários do Distrito Federal e Salvador, 53% em cada um, são os que mais se alimentam em casa ao não ir a um restaurante popular.

Dentre quem come em outros locais perguntamos, posteriormente, qual é o gasto médio dos usuários dos restaurantes populares, e a maior parcela que gasta alguma coisa, gasta cerca de R\$ 4,00. Porém, a maioria, 57%, afirma que não gasta nada, pois come em casa.

### **VALOR MÉDIO QUE COSTUMA GASTAR NA REFEIÇÃO EM OUTROS LOCAIS (Espontânea - Uma opção)**

**Gasto Médio: R\$ 4,60**

	<b>%</b>
R\$1,00	01
R\$2,00	04
R\$3,00	08
R\$4,00	10
R\$5,00	09
R\$6,00	02
R\$7,00	01
R\$8,00	01
R\$10,00	00
R\$12,00	01
R\$15,00	00
R\$18,00	00
R\$20,00	01
R\$30,00	00
Não gasta dinheiro/ come em casa	57
Pede dinheiro para outras pessoas (Esp.)	00
Não sabe/ Não opinou	05

Os gastos também variam conforme a cidade dos entrevistados, os que mais gastam, em média, em outros lugares são os moradores do Distrito Federal, e os que menos gastam são os usuários dos restaurantes populares de Belo Horizonte.

As opções que mais agradam os usuários são as que fogem a alimentação do dia-a-dia, assim, o frango e a feijoada são as mais citadas.

**OPÇÃO QUE MAIS GOSTA DE COMER NO RESTAURANTE POPULAR  
(Citações com 1% ou mais - Espontânea - Uma opção)**

	<b>%</b>
Frango	17
Feijoada	17
Carne/ Bife	08
Peixe	07
Feijão	04
Arroz	03
Carne cozida	03
Saladas	03
Frango assado	03
Dobradinha	02
Fígado/ isca de fígado	02
Arroz e feijão	02
Lasanha	02
Verduras	01
Ensopado de frango	01
Macarrão	01
Ensopado de carne	01
Picadinho	01
Carne assada	01
Arrumadinho	01
Mandioca/ Inhame/ Aipim/ Macaxeira/ Tapioca	01
Salgados	01
Carne moída	01
Mandioca com carne	01
Maxixada	01
Churrasco	01
Sopa	01
Bisteca	01
Beterraba	01
Empanado de frango	01
Panquecas	01
Comida baiana	01
Gosta de tudo	03
Não gosta de nenhuma	00
Não opinou	07

O frango tem uma maior preferência entre os entrevistados com idade de 31 a 40 anos, entre aqueles com mais de 51 anos e entre os menos instruídos. Também está entre os mais preferidos entre os cariocas e os soteropolitanos.

Já a feijoada é mais apreciada pelos homens e pelos entrevistados mais jovens (até 30 anos). Os paulistas e os brasilienses são os que mais gostam de comer este típico prato brasileiro.

Por sua vez, o frango, a carne moída, o fígado, peixes, dobradinha e carnes estão entre os pratos menos queridos, porém, em índices mais baixos do que na sua aceitação.

**OPÇÃO QUE MENOS GOSTA DE COMER NO RESTAURANTE POPULAR  
(Citações com 1% ou mais - Espontânea - Uma opção)**

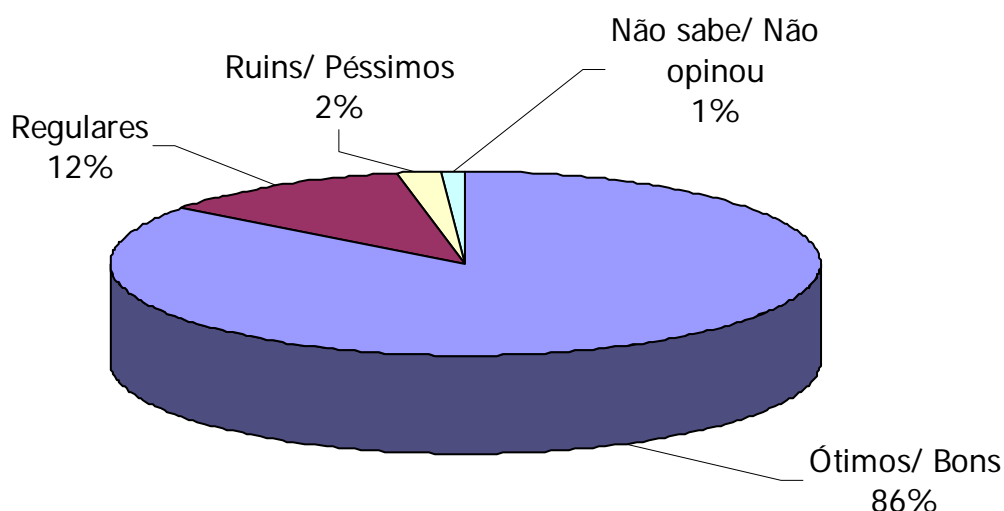
	%
Frango	07
Carne moída	06
Fígado/ isca de fígado	05
Peixe	04
Dobradinha	04
Carne/ Bife	04
Feijoada	03
Legumes	02
Feijão	02
Moela	02
Carne cozida	02
Verduras	02
Linguiça	02
Saladas	01
Omelete	01
Salgados	01
Sopa	01
Carne de porco	01
Maxixada	01
Macarrão	01
Ovos	01
Picadinho	01
Steak	01
Hamburguer	01
Salsicha	01
Empanado de frango	01
Ensopado de frango	01
Ensopado de carne	01
Pirão	01
Almôndegas	01
Berinjela	01
Panquecas	01
Arroz	01
Gosta de todas as opções	27
Não opinou	05

Dentre os destaques regionais, nota-se que:

- O frango e o peixe não são bem aceitos no Distrito Federal e em Salvador.
- Os brasilienses são os que mais rejeitam a feijoada.
- A carne moída não é muito bem aceita em São Paulo e em Belo Horizonte.
- Os soteropolitanos são os que menos citam que gostam de todas as opções, apenas 18%, enquanto este índice é de 34% dentre os cariocas.

Voltando a falar mais dos restaurantes, e não tanto das preferências dos seus usuários, levantamos a avaliação geral dos estabelecimentos e o que se conclui é que quase 9 em cada 10 entrevistados (86%) avaliam os restaurantes como ótimos ou bons.

### AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO RESTAURANTE POPULAR



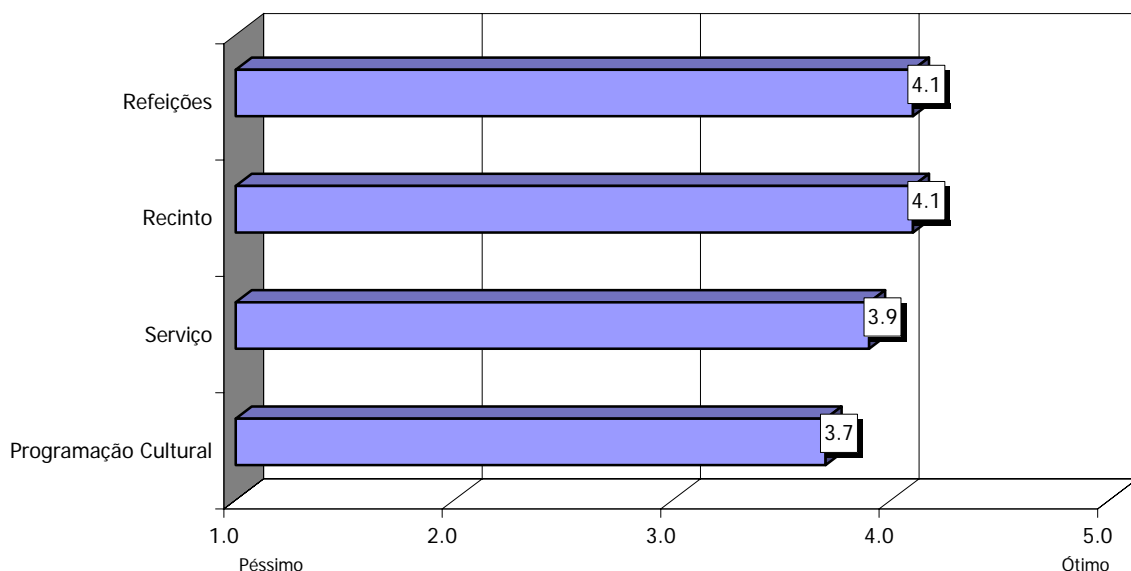
Os paulistas e os cariocas são os que melhor avaliam seus restaurantes, 92% e 90%, respectivamente de avaliação “ótima” ou “boa”. O maior índice de avaliação “regular” veio dos usuários dos restaurantes de Belo Horizonte, 17%, e os mais “críticos” foram os entrevistados do Distrito Federal, 5% julgaram os restaurantes populares como “ruins” ou “péssimos”.

Num próximo passo os entrevistados atribuíram conceitos para aspectos específicos dos restaurantes populares que utilizam. Estes conceitos estavam divididos em 5 categorias: ótimo (5), bom (4), regular (3), ruim (2) e péssimo (1), posteriormente, atribuímos pesos para cada um deles, de onde tiramos uma média dos conceitos para cada aspecto avaliado.

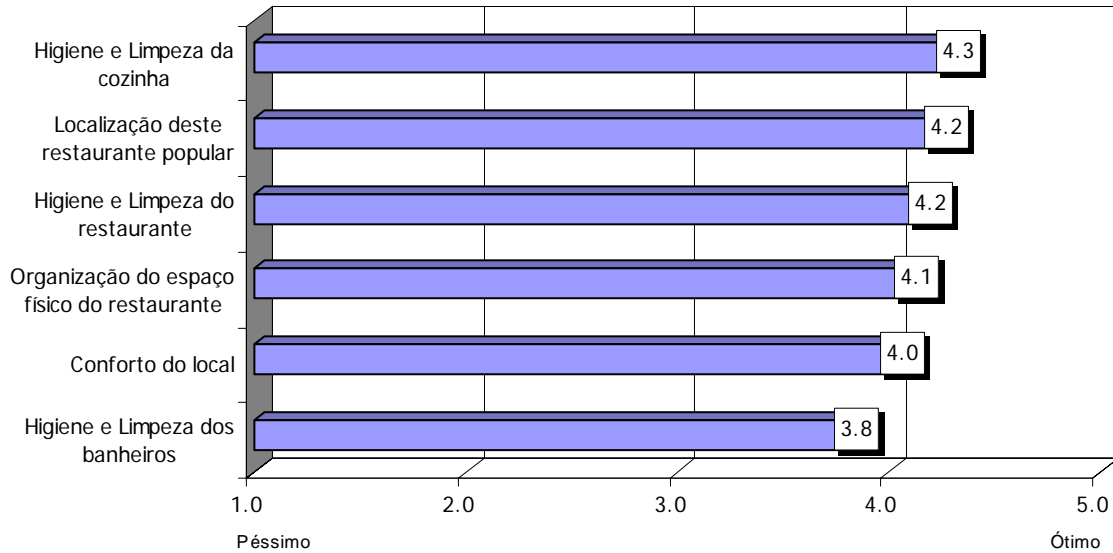
Além disso, nos gráficos abaixo, estes aspectos específicos estão classificados em quatro grandes áreas mais genéricas: Recinto, Serviço, Refeições e Programação Cultural.

Dentre estas quatro grandes categorias descritas acima, a que obteve o melhor conceito foi o Recinto e Refeições, com uma média de 4,1 pontos, com base na média conceitual das atribuições descritas acima. Serviço teve uma média de 3,9 pontos e Programação Cultural de 3,7.

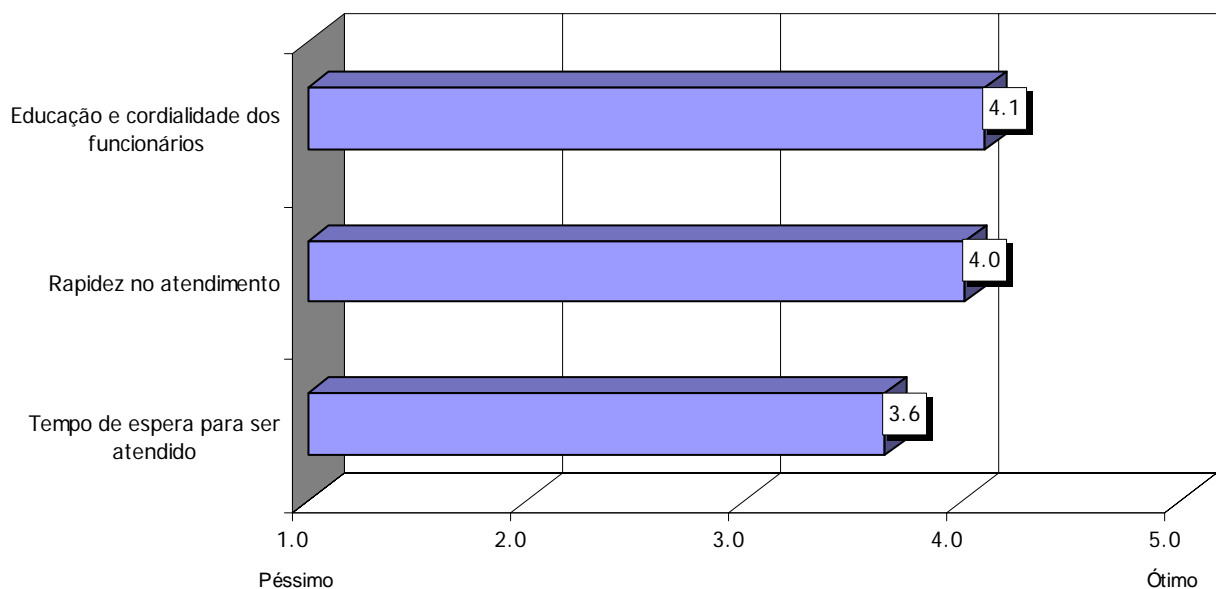
### **MÉDIA DAS NOTAS PARA CADA ÁREA AVALIADA (Escala 1 a 5)**



**AVALIAÇÃO DE ASPECTOS ESPECÍFICOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS  
PELO RESTAURANTE POPULAR  
"RECINTO"  
(Escala 1 a 5)**

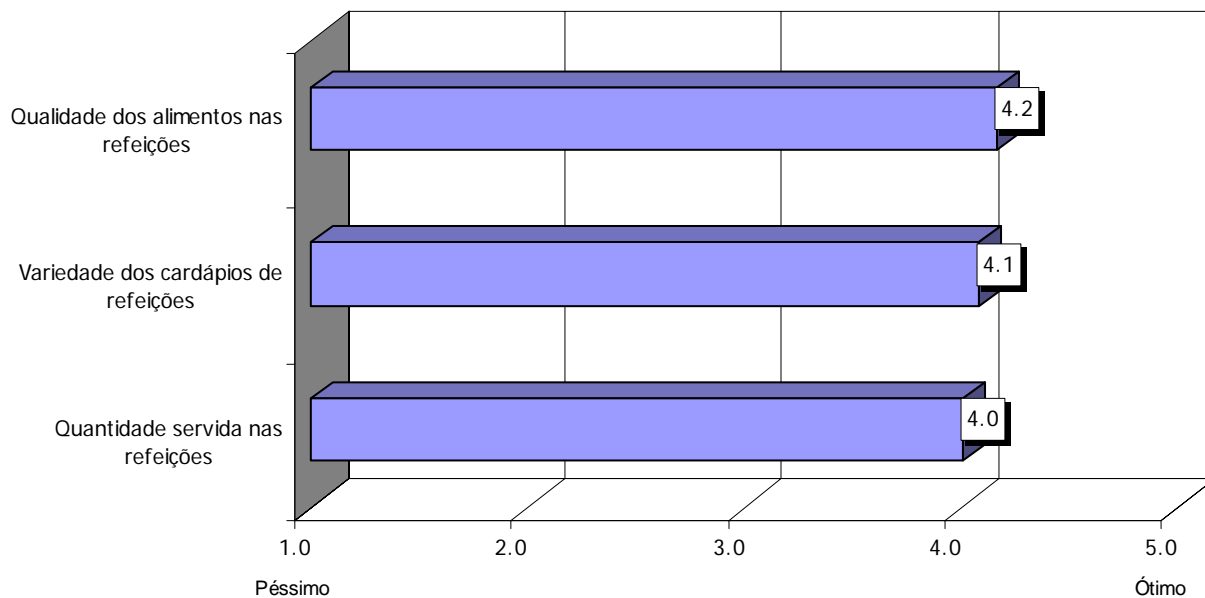


**AVALIAÇÃO DE ASPECTOS ESPECÍFICOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS  
PELO RESTAURANTE POPULAR  
"SERVIÇO"  
(Escala 1 a 5)**

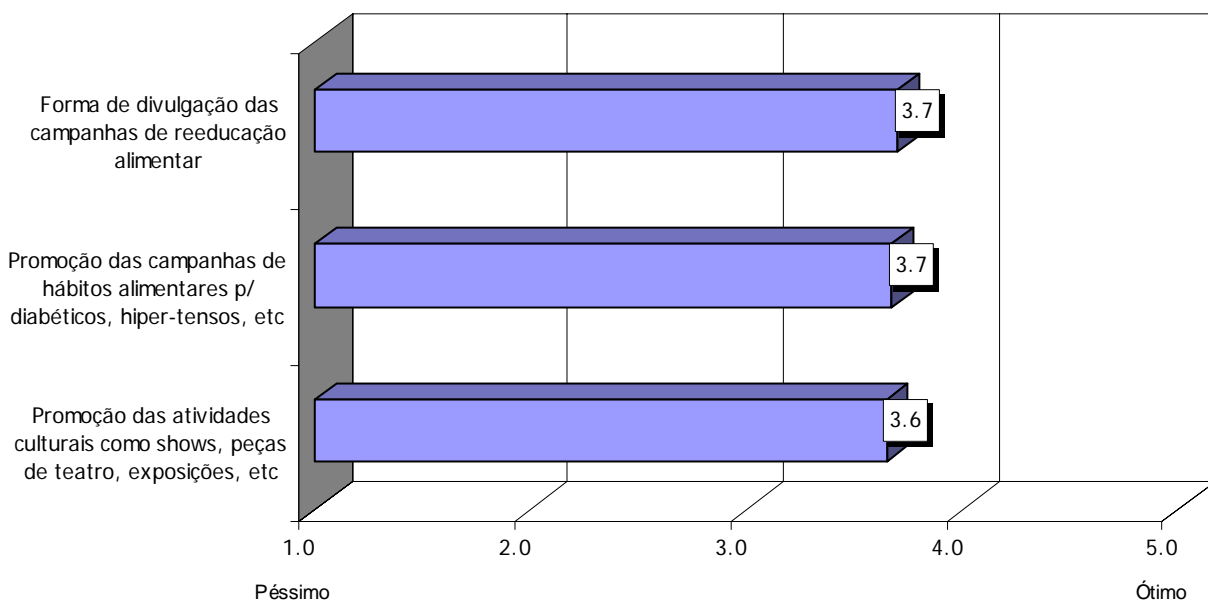




**AVALIAÇÃO DE ASPECTOS ESPECÍFICOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO RESTAURANTE POPULAR "REFEIÇÕES" (Escala 1 a 5)**



**AVALIAÇÃO DE ASPECTOS ESPECÍFICOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO RESTAURANTE POPULAR "PROGRAMAÇÃO CULTURAL" (Escala 1 a 5)**



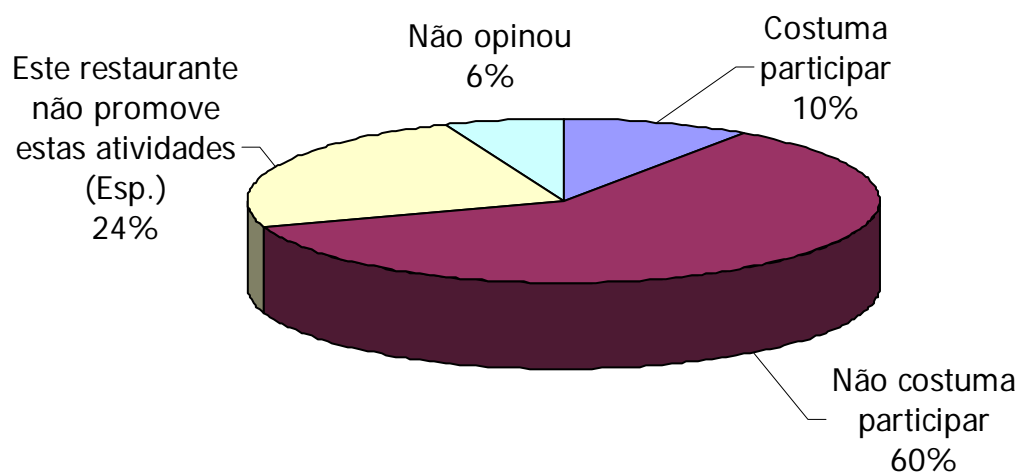
Dentre todos os aspectos avaliados, o melhor avaliado é a “higiene e limpeza da cozinha”, com média conceitual de 4,3, com 28% de avaliação ótima e 43% de boa (71% de aprovação). Neste aspecto, destacam-se os restaurantes de São Paulo, onde o índice de aprovação alcança 88% (36% de ótimo e 52% de bom).

Por outro lado, o aspecto com menor média conceitual é “tempo de espera para ser atendido”, com média de 3,6, decorrente de 65% de avaliação ótimo ou bom, 20% de regular e 14% de ruim ou péssimo (avaliação positiva, porém, a mais baixa dentre as demais, o que corrobora com a boa avaliação geral dos restaurantes populares).

Os entrevistados mais críticos com relação ao “tempo de espera para ser atendido” são aqueles que utilizam os restaurantes de Belo Horizonte, onde 29% avaliam este quesito negativamente (17% como ruim e 12% como péssimo).

Após esta avaliação específica das atividades dos restaurantes, levantaram-se questões culturais entre os usuários nos restaurantes populares. Na primeira questão sobre este assunto, a maioria dos entrevistados (60%) mostrou-se alheio às atividades culturais promovidas pelos restaurantes populares, enquanto 1 em cada 4 entrevistados afirma que o restaurante não promove nenhuma atividade cultural.

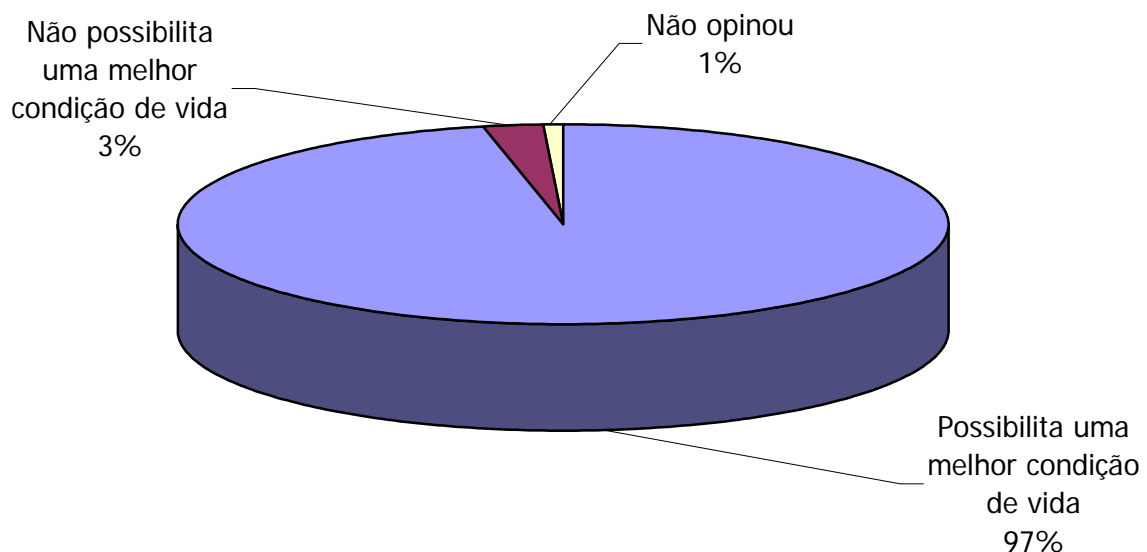
#### **ATIVIDADES CULTURAIS PROMOVIDAS PELO RESTAURANTE POPULAR**



Os entrevistados que mais participam de atividades culturais são os freqüentadores dos restaurantes populares do Distrito Federal (16%) e de Belo Horizonte (14%). Por outro lado, os que menos participam são os de São Paulo (87%). Já a grande maioria daqueles que utilizam os restaurantes de Salvador são os que mais declaram espontaneamente que não há nenhuma atividade cultural nos restaurantes, 68%.

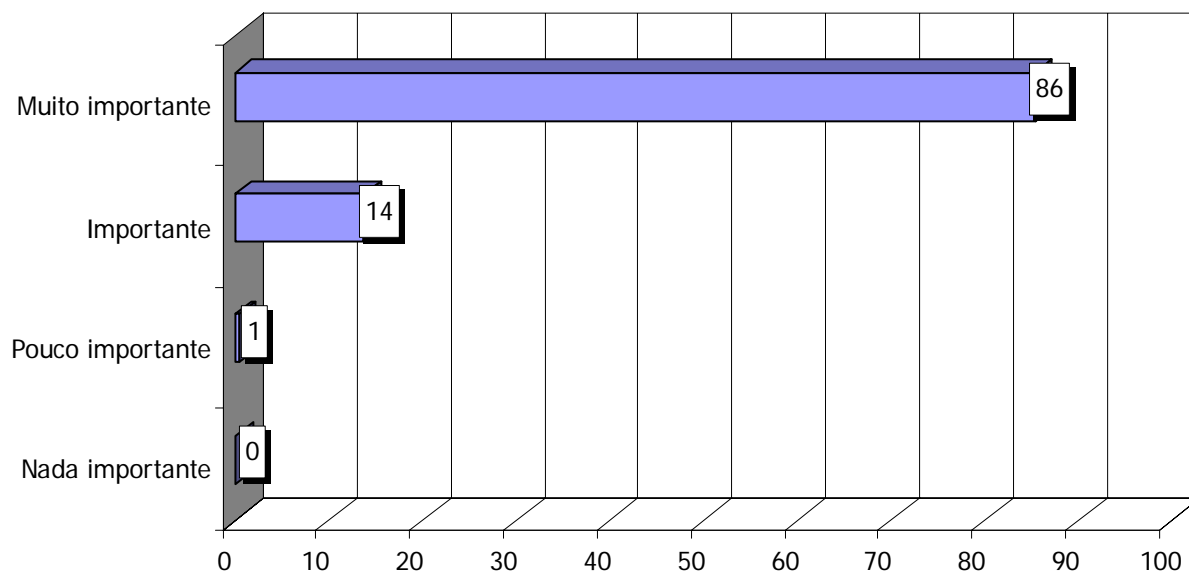
A função dos restaurantes populares também é muito reconhecida entre os entrevistados, praticamente sua unanimidade, 97%, acreditam que o trabalho desenvolvido nestes locais, de uma maneira geral, possibilita uma melhor condição de vida para os seus usuários.

### **REFLEXOS DO TRABALHO DESENVOLVIDO NOS RESTAURANTES POPULARES NA VIDA DAS PESSOAS QUE COSTUMAM FREQUENTÁ-LO**



Além disso, para também a totalidade dos entrevistados a continuidade do projeto dos restaurantes populares é considerado muito importante ou importante para os usuários (86% muito importantes e 14% importantes).

## GRAU DE IMPORTÂNCIA DA CONTINUIDADE DO PROJETO DE RESTAURANTES POPULARES FINANCIADO PELO GOVERNO FEDERAL (%)



Entre os usuários de Salvador o índice de “muito importante” tem seu nível mais alto, em comparação com as demais capitais, 93%.

Por fim, foram levantadas sugestões para melhorar a situação dos restaurantes populares, e a questão mais citada, com 12%, é sobre o aumento do espaço físico das unidades, o que acarretaria maior conforto aos usuários e também a possibilidade de um atendimento a um número maior de pessoas.

## SUGESTÕES PARA MELHORAR A SITUAÇÃO DOS RESTAURANTES POPULARES

(Citações com 2% ou mais - Espontânea - Várias opções)

	%
Aumentar o espaço físico	12
Diminuir o tempo de espera nas filas	07
Abrir mais restaurantes	06
Aumentar a variedade do cardápio	04
Aumentar a quantidade de comida servida	04
Colocar área coberta para filas/ toldos	03
Atendimento ser mais rápido	03
Melhorar a organização das filas	03
Melhorar a qualidade da comida	02
Contratar mais funcionários	02
Melhorar o atendimento	02
Melhorar a higiene/ limpeza	02
Atendimento nos finais de semana e feriados	02
Aumentar a segurança/ guardas na porta	02
Nada	33
Não sabe/ Não opinou	09

## 5. ANEXO

### A. QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Nome: \_\_\_\_\_  
Endereço: \_\_\_\_\_  
Cidade: \_\_\_\_\_ Bairro: \_\_\_\_\_

P/ USO DA  
CODIFICAÇÃO

Apenas para possibilitar a checagem do meu trabalho, o(a) sr(a) poderia me informar seu telefone?  
DDD: |\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_| 99( ) Não tem Não opinou

**OPP 062/ 2005 – 5 CAPITAIS – 600 ENTREVISTAS – 25/ MAIO/ 2005**

IBOPE – OPINIÃO PÚBLICA LTDA AL. SANTOS, 2101 - 7º ANDAR – S. PAULO - SP

Entrevistador: \_\_\_\_\_ |\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_| Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Supervisor/ Verificador: \_\_\_\_\_ |\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_|-|\_\_|\_| Data \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

### **### PESQUISA COM USUÁRIOS DE RESTAURANTES POPULARES ###**

SEXO	CÓDIGO
Masculino	1
Feminino	2

|\_\_|\_| ANOS

GRAU DE INSTRUÇÃO		CÓDIGO
Analfabeto		01
Sabe ler/escrever, mas não cursou escola.		02
APÓS 1971	ATÉ 1971	
<b>PRIMÁRIO</b>		
1ª até 3ª série	1ª até 3ª série	03
4ª série	4ª até 5ª série	04
<b>GINÁSIO (1ª GRAU)</b>		
5ª até 7ª série	1ª até 3ª série	05
8ª série	4ª série	06
<b>COLEGIAL (2ª GRAU)</b>		
1ª e 2ª série	1ª e 2ª série	07
3ª série/ vestibular	3ª série/ vestibular	08
<b>SUPERIOR</b>		
Superior incompleto		09
Superior completo		10

Empresa: \_\_\_\_\_

Função \_\_\_\_\_

LOCAL DA ENTREVISTA	CÓDIGO
São Paulo	1
Rio de Janeiro	2
Belo Horizonte	3
Distrito Federal	4
Salvador	5

CONDIÇÃO DE ATIVIDADE	CÓDIGO
Trabalha	1
NÃO trabalha	2

RESIDÊNCIA FIXA	CÓDIGO
SIM	1
NÃO	2

ESTADO CIVIL	CÓDIGO
Casado/ Vive com outra pessoa	1
Solteiro	2
Separado/ divorciado/ viúvo	3

### \*\*\* CARTELA 1 \*\*\*

P01) Para começar, gostaria de saber com qual destas frequências o(a) sr(a) costuma fazer refeições em restaurantes populares como este? (**UMA OPÇÃO**)

- 1( ) Sempre ----- | **FAÇA**  
2( ) Quase sempre | **P.02**  
3( ) De vez em quando | **EM**  
4( ) Raramente ----- | **DIANTE**  
9( ) Esta é a primeira vez → **PULE P/ P.03**

# SOMENTE P/ QUEM COSTUMA FREQUENTAR O RESTAURANTE (CÓDS. 1 A 4 NA P.01) #

P02) E, em média, quantas vezes por SEMANA o(a) sr(a) costuma fazer refeições em restaurantes populares como este? (ESPONTÂNEA – PREENCHA COM UM DÍGITO – UMA OPÇÃO)

|\_\_\_| VEZES POR SEMANA

9 – NÃO SABE/ NÃO OPINOU

### PARA TODOS OS USUÁRIOS ###

P03) O(a) sr(a) poderia me dizer qual ou quais motivos MAIS influenciam o(a) sr(a) na escolha de fazer refeições neste restaurante? Mais algum? Algum outro motivo? (ESPONTÂNEA – VÁRIAS OPÇÕES – CASO NÃO ENCONTRE O MOTIVO NA LISTA, FAVOR ANOTE NAS LINHAS ABAIXO – EXPLORE BEM)

|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_\_\_

|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_\_\_

|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_|\_|\_\_\_\_\_

001( ) Preço

002( ) Localização do restaurante

003( ) Refeição saudável

998( ) Nenhum motivo principal

999( ) Não opinou

P04) E, qual ou quais são os meios de transporte que o(a) sr(a) costuma usar para chegar neste restaurante popular? (ESPONTÂNEA – VÁRIAS OPÇÕES)

1( ) Ônibus

2( ) Metrô/ Trem

3( ) Carro

4( ) Motocicleta

5( ) Bicicleta

6( ) À pé

9( ) Não opinou

\*\*\* CARTELA 2 \*\*\*

P05) Em que local o(a) sr(a) costuma estar antes de vir a este restaurante popular? (UMA OPÇÃO)

1( ) Casa

2( ) Trabalho

3( ) Rua

8( ) Outro local

9( ) Não opinou

P06) O(a) sr(a) costuma ou não costuma pegar fila para pegar sua refeição neste restaurante? (CASO SIM) E, em média, quanto tempo o(a) sr(a) costuma ficar nesta fila? (ESPONTÂNEA – UMA OPÇÃO)

1( ) Até 10 minutos

2( ) De 10 a 20 minutos

3( ) De 20 a 30 minutos

4( ) De 30 a 40 minutos

5( ) De 40 a 50 minutos

6( ) De 50 a 60 minutos

7( ) Mais de 1 hora

8( ) Não costuma pegar fila

9( ) Não opinou

P07) Além do(a) sr(a), alguma outra pessoa da sua família costuma fazer refeições neste restaurante popular? (CASO SIM) Quem? (ESPONTÂNEA – VÁRIAS OPÇÕES)

01( ) Marido/ Esposa

02( ) Companheiro(a)

03( ) Filho(a)

04( ) Pai/ Mãe

05( ) Irmão(ã)

06( ) Sogro(a)

07( ) Cunhado(a)

08( ) Primo(a)

09( ) Tio(a)

10( ) Sobrinho(a)

11( ) Neto(a)

97( ) Outro parente

98( ) Nenhuma outra pessoa da família -----| **PULE P/**

99( ) Não opinou -----| **P.09**

### SOMENTE P/ QUEM DIZ QUE OUTRA PESSOA DA FAMÍLIA FAZ REFEIÇÕES NO RESTAURANTE (CÓDS. 01 A 97 NA P.07) ###

\*\*\* CARTELA 1 \*\*\*

P08) E, em média, com qual destas frequências essa(s) pessoa(s) costuma(m) fazer refeições em restaurantes populares? (UMA OPÇÃO)

1( ) Sempre

2( ) Quase sempre

3( ) De vez em quando

4( ) Raramente

9( ) Não sabe/ Não opinou





P16) Pensando somente nas opções de comida oferecidas por este restaurante popular, qual o(a) sr(a) MAIS gosta de comer? (**ESPONTÂNEA – UMA OPÇÃO**)

\_\_\_\_\_

998( ) Não gosta de nenhum

999( ) Não opinou

P17) E, qual opção de comida oferecida por este restaurante popular o(a) sr(a) MENOS gosta de comer? (**ESPONTÂNEA – NÃO ACEITE A MESMA OPÇÃO CITADA NA P.16 – UMA OPÇÃO**)

\_\_\_\_\_

998( ) Gosta de todas as opções

999( ) Não opinou

***Pensando neste restaurante popular...***

P18) Como o(a) sr(a) avalia os serviços prestados por este restaurante popular? O(a) sr(a) diria que os serviços prestados aqui são: (**LEIA OPÇÕES 1 A 5 – UMA OPÇÃO**)

1( ) Ótimos,

3( ) Regulares,

5( ) Péssimos?

2( ) Bons,

4( ) Ruins, ou

9( ) Não sabe/ Não opinou

P19) Agora, eu gostaria que o(a) sr(a) avaliasse alguns aspectos específicos dos serviços prestados aqui no restaurante popular. Para cada item que eu citar, por favor, diga-me se acha que o serviço é Ótimo, Bom, Regular, Ruim ou Péssimo: (**LEIA CADA ITEM E MARQUE COM “X” NA COLUNA CORRESPONDENTE – UMA OPÇÃO POR LINHA**)

<b><u>RECINTO</u></b>	<b>ÓTIMO</b>	<b>BOM</b>	<b>REGULAR</b>	<b>RUIM</b>	<b>PÉSSIMO</b>	<b>NS/NOP</b>
01) Localização deste restaurante popular	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
02) Organização do espaço físico do restaurante	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
03) Conforto do local	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
04) Higiene e Limpeza do restaurante	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
05) Higiene e Limpeza da cozinha	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
06) Higiene e Limpeza dos banheiros	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )

**SERVICO**

07) Tempo de espera para ser atendido	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
08) Rapidez no atendimento	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
09) Educação e cordialidade dos funcionários	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )

**REFEIÇÕES**

10) Qualidade dos alimentos nas refeições	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
11) Quantidade servida nas refeições	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
12) Variedade dos cardápios de refeições	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )

**PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

13) Forma de divulgação das campanhas de reeducação alimentar	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
14) Promoção das campanhas de hábitos alimentares p/ diabéticos, hiper-tensos, etc	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )
15) Promoção das atividades culturais como shows, peças de teatro, exposições, etc	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	9 ( )

P20) Agora, gostaria de saber se o(a) sr(a) costuma ou não participar das atividades culturais, como por exemplo, shows, peças de teatro, palestras de educação alimentar promovidas pelo restaurante popular? (**UMA OPÇÃO**)

1( ) Costuma

8( ) Este restaurante não promove estas atividades (**ESP.**)

2( ) Não costuma

9( ) Não opinou

P21) Na sua opinião, o trabalho desenvolvido nos restaurantes populares de uma maneira geral, possibilita ou não possibilita uma MELHOR CONDIÇÃO DE VIDA para as pessoas que costumam frequentar os restaurantes populares? (**UMA OPÇÃO**)

1( ) Possibilita

2( ) Não possibilita

9( ) Não opinou

P22) Agora, gostaria que o(a) sr(a) avaliasse o grau de importância do projeto de restaurantes populares financiado pelo GOVERNO FEDERAL? O(a) sr(a) diria que a CONTINUIDADE deste projeto é muito importante, importante, pouco importante, ou nada importante? (**UMA OPÇÃO**)

- 1( ) Muito importante                      3( ) Pouco importante  
 2( ) Importante                                4( ) Nada importante                      9( ) Não sabe/ Não opinou

P23) Para terminar, levando em conta tudo que falamos até agora, qual ou quais sugestões o(a) sr(a) daria para melhorar a situação deste restaurante popular? Mais alguma? Alguma outra sugestão? (**ESPONTÂNEA – VÁRIAS OPÇÕES – EXPLORE BEM, NÃO ACEITE RESPOSTAS VAGAS**)


998( ) Nada

999( ) Não sabe/ Não opinou

**\*\*\* CARTELA DE RENDA \*\*\***

REND1) Em qual destas faixas está a sua renda individual do mês passado? (**UMA OPÇÃO** – ANOTE NA PRIMEIRA COLUNA ABAIXO)

**\*\*\* CARTELA DE RENDA \*\*\***

REND2) E em qual destas faixas está a renda total da sua família no mês passado, somando as rendas de todas as pessoas que moram com o(a) sr(a), inclusive a sua? (**UMA OPÇÃO** – ANOTE NA SEGUNDA COLUNA ABAIXO)

**RENDA PESSOAL**

- 1( ) Mais de 5 SM  
 2( ) Mais de 3 a 5 SM  
 3( ) Mais de 1 a 3 SM  
 4( ) Até 1 SM  
 8( ) Não tem rendimento pessoal  
 9( ) Não opinou

**RENDA FAMILIAR**

- 1( ) Mais de 5 SM  
 2( ) Mais de 3 a 5 SM  
 3( ) Mais de 1 a 3 SM  
 4( ) Até 1 SM  
 9( ) Não opinou

**PARA USO INTERNO:**

<b>PERGUNTA Nº</b>	<b>CÓD. 1</b>	<b>CÓD. 2</b>	<b>CÓD. 3</b>	<b>CÓD. 4</b>	<b>CÓD. 5</b>	<b>CÓD. 6</b>	<b>CÓD. 7</b>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>CÓDIGO</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>