



FUNDAÇÃO
JOAQUIM NABUCO
INSTITUTO DE
PESQUISAS SOCIAIS

COMPANHIA DE SERVIÇOS URBANOS - CSURB
FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO - FJN

RESTAURANTES POPULARES DO RECIFE

Recife, outubro/2001

Rua Dois Irmãos, 92 - Apipucos - CEP 52071-440 - Recife - PE
Fone: (81) 3441.5537 - Fax: (81) 3441.4201 - C.N.P.J. 09.773.169/0001-59
E-mail: inps@fundaj.gov.br

OS RESTAURANTES POPULARES DO RECIFE

Apresentação

Este relatório resulta de um convênio feito entre a Companhia de Serviços Urbanos (CSURB) e a Fundação Joaquim Nabuco (FJN) para a realização de uma pesquisa com o objetivo de avaliar a receptividade das pessoas que freqüentam o centro da cidade em relação ao projeto de implantação de dois Restaurantes Populares. A proposta da Prefeitura do Recife é abrir dois Restaurantes Populares em locais considerados estratégicos do ponto de vista do atendimento ao maior número possível de usuários, sendo um no Bairro de São José e o outro no Bairro da Boa Vista. O referido projeto se insere no contexto mais amplo da política municipal de proporcionar condições de vida mais saudáveis para a população, de modo geral.

A pesquisa foi realizada pelo Núcleo de Pesquisas de Campo, ligado ao Departamento de Pesquisas Econômicas da FJN, sob a coordenação de Maria do Socorro Araújo e a supervisão de Ana Elisa de Medeiros e Magda de Caldas Neto. O levantamento dos dados foi feito nos dias 3 e 4 do mês de outubro deste ano.

O produto do trabalho se encontra consubstanciado neste documento, apresentado de acordo com o estabelecido no contrato: em dois volumes e um disquete, contendo um conjunto de tabelas com os resultados da pesquisa, alguns gráficos que possam facilitar a visualização desses resultados, além de breves comentários sobre cada um dos itens contemplados.

1. Antecedentes

Não é nova, no Brasil, a experiência dos Restaurantes Populares. No Recife, por exemplo, em 1924 foi inaugurado o primeiro Pavilhão de Refeições Populares, mandado construir por Sérgio Loreto, então Governador do Estado, por intermédio de Dr. Amaury de Medeiros, que era chefe do Departamento de Saúde e Assistência – um dos órgãos de maior importância naquela ocasião, responsável pela política higienista e sanitária que se implantou na época.¹ Nesse mesmo ano, o mesmo governador resolveu instituir e subvencionar um serviço de sopas populares para serem servidas nos pontos mais habitados pela população pobre – Encruzilhada, Afogados e Torre. Conforme a notícia,² o intuito do governador era “minorar um pouco a crise avassaladora que atingia as classes pobres com o aumento crescente dos preços dos gêneros alimentícios”. A notícia acrescentava que “o governo não fará a distribuição desse alimento gratuitamente, como esmola, mas por metade do preço real de custo e muito menos do que é vendido em nossas casas de pasto”. Também há registro da inauguração de restaurantes populares em Belo Horizonte, antes mesmo da década de vinte; no Rio de Janeiro, na década de quarenta; e novamente em Belo Horizonte, na década de cinqüenta. Atualmente, tem-se conhecimento da existência desse tipo de restaurante em Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba.

¹ Em notícia publicada no Jornal do Commercio de 15/05/1924, catalogada pela historiadora e pesquisadora Sílvia Couceiro (da FJN).

² Notícia divulgada no Jornal do Recife, em 22/03/1924, também catalogada pela historiadora Sílvia Couceiro.

2. Justificativa

Os indicadores que avaliam as condições de vida da população do Recife deixam bastante evidente a posição desfavorável da cidade, em relação às outras grandes cidades do Brasil, no que se refere ao grau de desigualdade na distribuição de renda e à proporção de pobres. Os dados referentes à renda mensal dos chefes de família, por exemplo, mostram que 30% deles recebiam, em 1991, até 1 salário mínimo, e 29,21% recebiam entre mais de 1 até 3 salários mínimos, o que confirma tratar-se de uma população de baixíssima renda.

Dados mais recentes que avaliam a evolução da pobreza na cidade, em parte devida também à alta nos preços dos alimentos – quando levada em conta a perda do poder aquisitivo dos salários –, apontam para o agravamento das carências da população, despertando nos governos mais comprometidos com as causas populares a necessidade de investir mais em políticas que venham contribuir, de forma mais imediata, para a contenção dos custos das refeições, principalmente para as camadas populares.

Movida por essa preocupação, a Prefeitura designou a alguns de seus técnicos a tarefa de irem a Belo Horizonte para conhecer, in loco, o funcionamento do restaurante popular mineiro. O relatório elaborado pelos técnicos da PCR atesta a eficácia do empreendimento, confirmando o impacto positivo causado pela garantia de uma refeição com qualidade e preço acessível.

3. Procedimento Metodológico

A pesquisa foi realizada mediante uma amostra aleatória que utilizou, como instrumento para a coleta de informações, um questionário composto de questões objetivas que possibilitaram traçar um perfil dos possíveis usuários desses restaurantes, levantar eventuais restrições a esse tipo de equipamento, obter informações a respeito dos hábitos alimentares dessa clientela potencial e avaliar o impacto que isso poderá ter nos gastos com alimentação dos segmentos da população para os quais se direciona o empreendimento municipal.

A definição da amostra levou em conta o fluxo de trabalhadores, estudantes e transeuntes que diariamente circulam nos dois espaços previstos para a localização dos restaurantes, resultando uma amostra inicial de 300 questionários, posteriormente ampliada para 330, distribuídos nos dois espaços previstos para a construção dos restaurantes – o Bairro de São José e o Bairro da Boa Vista –, e que contemplaram os três segmentos populacionais enfocados pela pesquisa.

Os questionários foram distribuídos de acordo com o mapeamento, feito pela URB, das ruas localizadas num raio de mais ou menos 500 metros dos locais inicialmente previstos para os restaurantes, cobrindo-se também os espaços internos do Camelódromo, do Mercado de São José e da Casa da Cultura.

Foram aplicados 330 questionários, sendo 198 no Bairro de São José – onde foram percorridas 38 ruas – e 132 no Bairro da Boa Vista – onde foram cobertas 28 ruas –, além dos espaços internos dos logradouros acima mencionados.

4. Resultados da Pesquisa

Por ocasião do treinamento feito com os entrevistadores, insistiu-se em que, já que se tratava de uma amostra aleatória, as entrevistas fossem distribuídas de modo a que fossem contempladas, da forma a mais eqüitativa possível, tanto a questão de gênero como as faixas etárias, principalmente as situadas acima de 20 anos. Assim, das 330 pessoas entrevistadas, 51,82% foram do sexo masculino e 48,18% do sexo feminino, distribuídas segundo as faixas etárias constantes da tabela que segue.

Tabela 1
Número de questionários por sexo e idade dos entrevistados

| V. | Qtd. de questionários | % |
|---------------------|-----------------------|--------|
| Sexo | | |
| Masculino | 171 | 51,82 |
| Feminino | 159 | 48,18 |
| Total | 330 | 100,00 |
| Faixa Etária | | |
| < 18 anos | 12 | 3,64 |
| 18 a 20 anos | 30 | 9,09 |
| 21 a 25 anos | 55 | 16,67 |
| 26 a 30 anos | 48 | 14,55 |
| 31 a 35 anos | 44 | 13,33 |
| 36 a 40 anos | 39 | 11,82 |
| 41 a 50 anos | 51 | 15,45 |
| > 50 anos | 51 | 15,45 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

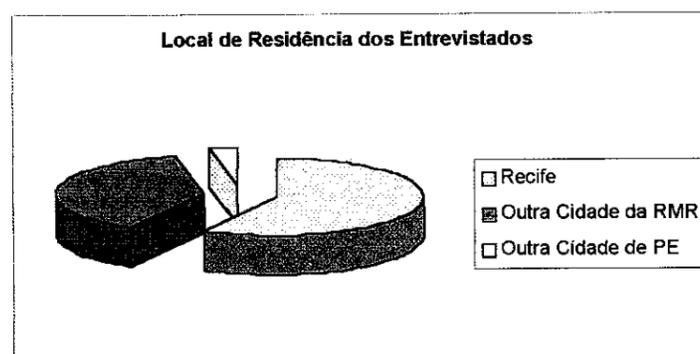
Observou-se, a partir da amostra pesquisada, que é bem expressivo (41,8%) o número de pessoas que circulam, trabalham ou estudam no centro, mas não residem na cidade do Recife e sim em outros municípios da região metropolitana, conforme os números mostrados abaixo (Tabela 2).

Tabela 2
Local de residência dos entrevistados

| Local de Residência | nº | % |
|---------------------|-----|--------|
| Recife | 192 | 58,20 |
| Outra cidade da RMR | 128 | 38,80 |
| Outra cidade de PE | 10 | 3,00 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN

Gráfico 2



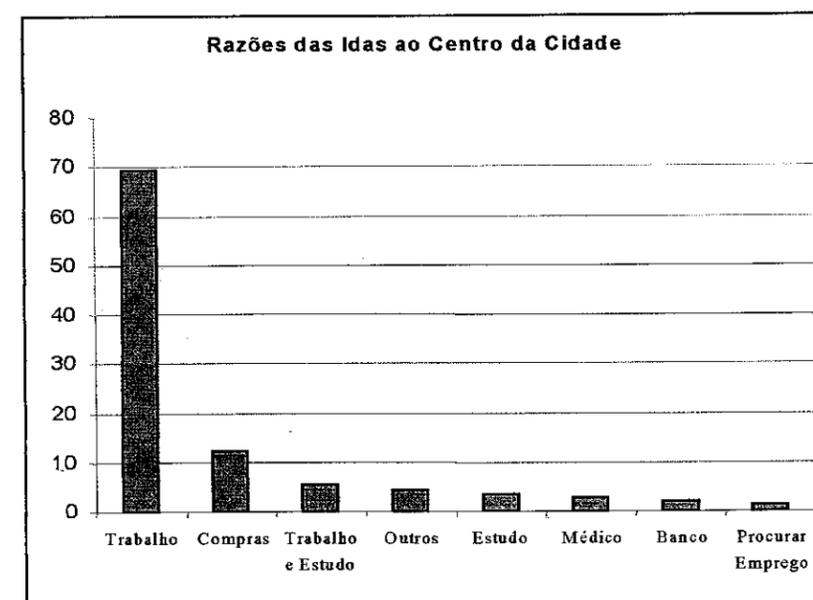
O trabalho é, de modo geral, o principal motivo (69,39%) das idas ao centro da cidade, por parte das pessoas entrevistadas. As compras aparecem como a segunda razão responsável pela procura do centro, com um percentual de 12,12%, tendo a pesquisa revelado que, dentre as pessoas que vão ao centro com o objetivo de fazer compras, a maioria (75,00%) é do sexo feminino (Tabela 3).

Tabela 3
Razões das idas ao centro por sexo dos entrevistados

| Razões | Masculino | % | Feminino | % | Total | % |
|-------------------|-----------|-------|----------|--------|-------|--------|
| Trabalho | 136 | 59,39 | 93 | 40,61 | 229 | 69,39 |
| Compras | 10 | 25,00 | 30 | 75,00 | 40 | 12,12 |
| Trabalho e Estudo | 8 | 47,06 | 9 | 52,94 | 17 | 5,15 |
| Outros motivos | 7 | 50,00 | 7 | 50,00 | 14 | 4,25 |
| Estudo | 5 | 45,45 | 6 | 54,55 | 11 | 3,33 |
| Médico | 4 | 44,44 | 5 | 55,56 | 9 | 2,73 |
| Banco | 1 | 16,67 | 5 | 83,33 | 6 | 1,82 |
| Procurar emprego | - | - | 4 | 100,00 | 4 | 1,21 |
| Total | 171 | 51,82 | 159 | 48,18 | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

Gráfico 3



A maioria (58,48%) dos entrevistados costuma estar no centro da cidade nos dois turnos do dia, mas também se verificou que 16,36% deles permanecem no centro também à noite, enquanto 16,67% só costumam ficar no turno da manhã (Tabela 4).

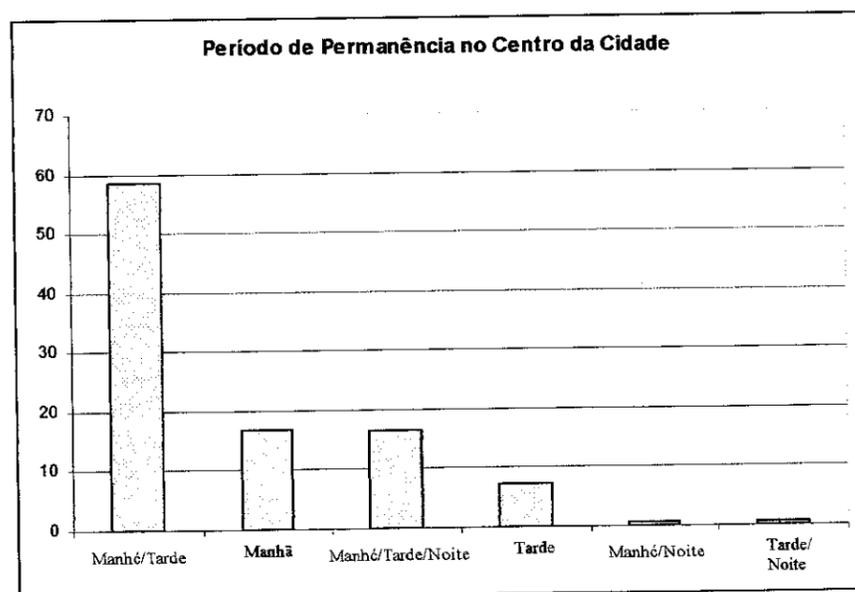
Tabela 4

Período de permanência no centro da cidade

| Permanência | Total | % |
|-------------------|-------|--------|
| Manhã/Tarde | 193 | 58,48 |
| Manhã | 55 | 16,67 |
| Manhã/Tarde/Noite | 54 | 16,36 |
| Tarde | 24 | 7,27 |
| Manhã/Noite | 2 | 0,61 |
| Tarde/Noite | 2 | 0,61 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte : Pesquisa direta, out/2001, FJN

Gráfico 4



Pode-se conferir, nos dados na Tabela 6, que o trabalho e o estudo são as principais razões que levam as pessoas entrevistadas a permanecerem no centro da cidade nos três turnos.

Tabela 5

Razões das idas ao centro por período de permanência

| V. | Só 1 turno | | 2 turnos | | 3 turnos | | Total | |
|-------------------|------------|--------|----------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | nº | % | nº | % | nº | % | nº | % |
| Trabalho | 20 | 26,31 | 172 | 87,31 | 37 | 68,52 | 229 | 69,39 |
| Compras | 27 | 34,18 | 12 | 6,09 | 1 | 1,85 | 40 | 12,12 |
| Trabalho e estudo | 1 | 1,26 | 3 | 1,52 | 13 | 24,07 | 17 | 5,15 |
| Outros motivos | 8 | 10,13 | 3 | 1,52 | 3 | 5,56 | 14 | 4,24 |
| Estudo | 8 | 10,13 | 3 | 1,52 | - | - | 11 | 3,34 |
| Médico | 8 | 10,13 | 1 | 0,51 | - | - | 9 | 2,73 |
| Banco | 5 | 6,33 | 1 | 0,51 | - | - | 6 | 1,82 |
| Procurar emprego | 2 | 2,53 | 2 | 1,02 | - | - | 4 | 1,21 |
| Total | 79 | 100,00 | 197 | 100,00 | 54 | 100,00 | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

Também se procurou ver a frequência com que as pessoas procuram o centro da cidade, cruzando-se essa informação com o período de permanência, resultando no conhecimento de que 78,18% dos entrevistados vêm ao centro mais de três vezes por semana, e, destes, 94,44% permanecem no centro o dia inteiro, inclusive à noite, delineando-se, já a partir desses dados, uma clientela em potencial dos restaurantes populares.

Tabela 6

Frequência semanal de vindas ao centro por período de permanência no centro

| Permanência | Menos de 1 vez (Esporádica) | | De 1 até 3 vezes | | Acima de 3 vezes | | Total | |
|-------------------|--------------------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|--------|-------|--------|
| | nº | % | nº | % | nº | % | nº | % |
| Manhã/Tarde | 9 | 4,66 | 9 | 4,66 | 175 | 90,67 | 193 | 58,48 |
| Manhã | 16 | 29,09 | 16 | 29,09 | 23 | 41,82 | 55 | 16,67 |
| Manhã/Tarde/Noite | 1 | 1,85 | 2 | 3,70 | 51 | 94,44 | 54 | 16,36 |
| Tarde | 6 | 25,00 | 13 | 54,17 | 5 | 20,83 | 24 | 7,27 |
| Manhã/Noite | - | - | - | - | 2 | 100,00 | 2 | 0,61 |
| Tarde/Noite | - | - | - | - | 2 | 100,00 | 2 | 0,61 |
| Total | 32 | 9,70 | 40 | 12,12 | 258 | 78,18 | 330 | 100,00 |

Fonte : Pesquisa direta, out/2001, FJN

Sobre o questionamento a respeito de onde os entrevistados costumam almoçar durante a sua permanência no centro da cidade, as respostas com percentuais mais expressivos mostraram que 29,09% deles almoçam em "Self-Service", 18,79% almoçam um Prato Feito (PF), 16,06% portam marmitta de casa, 14,24% fazem lanche em qualquer lugar e 11,21% esperam chegar em casa para poder almoçar. Cruzando-se essa informação com a frequência das idas ao centro da cidade, verifica-se, o que de certa forma era esperado, que das pessoas que costumam ir ao centro da cidade mais de três vezes por semana, portanto, as pessoas que aí trabalham e/ou estudam, a grande maioria porta marmitta de casa (94,34%) ou almoça um prato feito (93,55%).

Os dados da pesquisa acenam mais uma vez para a existência, em potencial, de uma clientela para os restaurantes populares, levando-se em conta que, mesmo excluindo-se os 29,09% correspondentes às pessoas que almoçam em self-service – que, por hipótese, são portadoras de melhor poder aquisitivo, e, portanto, seriam indiferentes aos restaurantes populares –, os percentuais relativos àquelas que almoçam um PF, trazem marmitta de casa ou lancham em qualquer lugar já expressariam a clientela que se quer identificar, o que também se conclui a partir da análise da renda mensal dos entrevistados.

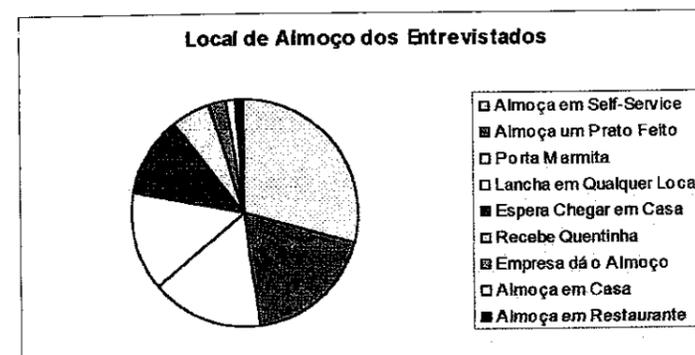
Tabela 7

| Local de almoço no centro por frequência semanal de vindas ao centro | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------|------------------|--------------|--------------|--------------|------------|---------------|
| Local de almoço no centro | - de 1 vez (esporádico) | % | De 1 até 3 vezes | % | + de 3 vezes | % | Total | % |
| Almoça em Self-Service | 9 | 9,38 | 17 | 17,71 | 70 | 72,92 | 96 | 29,09 |
| Almoça um PF(Prato Feito) | 2 | 3,23 | 2 | 3,23 | 58 | 93,55 | 62 | 18,79 |
| Traz marmitta de casa | - | - | 3 | 5,66 | 50 | 94,34 | 53 | 16,06 |
| Lancha em qualquer local | 10 | 21,28 | 9 | 19,15 | 28 | 59,57 | 47 | 14,24 |
| Espera chegar em casa | 9 | 24,32 | 9 | 24,32 | 19 | 51,35 | 37 | 11,21 |
| Recebe "quentinha" | - | - | - | - | 19 | 100,00 | 19 | 5,76 |
| Empresa fornece almoço | 1 | 12,50 | - | - | 7 | 87,50 | 8 | 2,42 |
| Almoça em casa* | - | - | - | - | 4 | 100,00 | 4 | 1,21 |
| Almoça em restaurante | 1 | 25,00 | - | - | 3 | 75,00 | 4 | 1,21 |
| Total | 32 | 9,70 | 40 | 12,12 | 258 | 78,18 | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN

* "Almoça em casa" é diferente de "espera chegar em casa para almoçar", pois esta última alternativa significa que a pessoa só almoça após a sua jornada de trabalho ou estudo.

Gráfico 7



Conforme se pode conferir na Tabela 8, que segue, quase oitenta por cento dos entrevistados têm uma renda mensal que não ultrapassa a barreira dos três salários mínimos, incluídos os que não têm renda nenhuma. Trata-se, portanto, de pessoas que, por certo, não podem dispor de parcela mais significativa dessa renda para alimentar-se fora de casa.

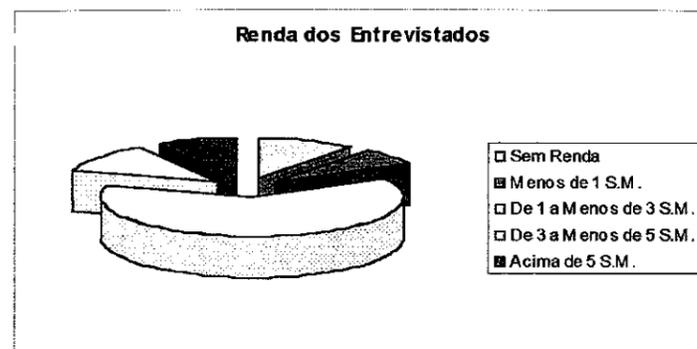
Tabela 8

Renda mensal dos entrevistados

| Renda Mensal (Em SM) | nº | % |
|-----------------------|------------|---------------|
| Sem Renda | 34 | 10,30 |
| Menos de 1 SM | 23 | 6,97 |
| De 1 a menos de 2 SM | 160 | 48,48 |
| De 2 a menos de 3 SM | 45 | 13,64 |
| De 3 a menos de 4 SM | 21 | 6,36 |
| De 4 a menos de 5 SM | 18 | 5,45 |
| De 5 a menos de 10 SM | 14 | 4,25 |
| De 10 SM acima | 14 | 4,25 |
| Não respondeu | 1 | 0,30 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

Gráfico 8



Em princípio, os dados referentes à renda mensal dos entrevistados podem causar alguma estranheza, daí por que é pertinente lembrar que a orientação dada aos entrevistadores foi de que, não obstante a aleatoriedade da amostra, os entrevistados deveriam ser pessoas que se encontrassem circulando ou trabalhando em pontos comerciais e/ou de serviços nas ruas contempladas pela pesquisa, em razão do entendimento de que estaria dentre esses a clientela que se procurava identificar. Também é importante registrar que entre os entrevistados sem renda se encontram os que apenas vão ao centro para estudar.

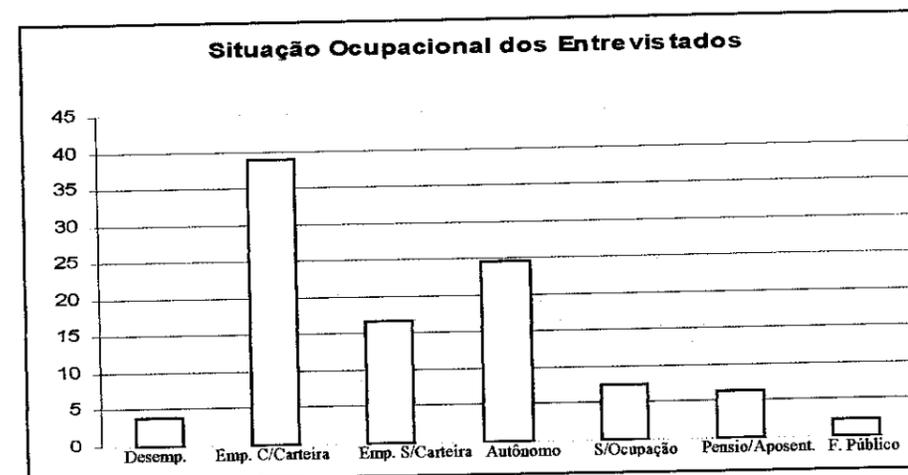
Tabela 9

Situação dos entrevistados com relação à ocupação

| Situação | nº | % |
|---------------------------------|-----|--------|
| Desempregado | 13 | 3,9 |
| Empregado com carteira assinada | 128 | 38,8 |
| Empregado sem carteira assinada | 55 | 16,7 |
| Autônomo (Conta-própria) | 81 | 24,5 |
| Sem ocupação (não trabalha) | 24 | 7,3 |
| Pensionista/aposentado | 21 | 6,4 |
| Funcionário público | 8 | 2,4 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

Gráfico 9



Para se ter uma idéia do patamar de renda dos entrevistados, se fez um cruzamento das informações relacionadas à ocupação e à renda mensal dos entrevistados empregados, com carteira assinada, concluindo-se que a remuneração da força de trabalho se encontra realmente em patamares baixos, o que reforça a justificativa para a implantação dos restaurantes em questão. Observe-se, na Tabela 10, que a grande maioria desses empregados se situam na faixa de renda entre 1 e 3 salários mínimos, verificando-se, inclusive, a existência de pessoas percebendo abaixo do salário mínimo – o que contraria, inclusive, a lei vigente.

Tabela 10

Ocupação dos entrevistados empregados por faixa de renda (%)

| Ocupação | (-de 1) | (1 a -de 3) | (3 a -de 5) | (de 5 acima) | Total |
|-----------------------------|---------|-------------|-------------|--------------|--------|
| Comerciário | 5,00 | 83,75 | 8,75 | 2,50 | 100,00 |
| Recepcionista/Secretária | 4,54 | 72,72 | 18,19 | 4,55 | 100,00 |
| Auxiliar serviços gerais | 9,52 | 90,48 | - | - | 100,00 |
| Cambista | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Funcionário Público | - | 50,00 | 20,00 | 30,00 | 100,00 |
| Serviços Gráficos | 14,29 | 71,42 | 14,29 | - | 100,00 |
| Professora | - | 60,00 | 40,00 | - | 100,00 |
| Estagiária | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Empregada doméstica | 25,00 | 75,00 | - | - | 100,00 |
| Motorista | - | 75,00 | 25,00 | - | 100,00 |
| Técnico em Informática | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Vigilante | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Auxiliar de Enfermagem | 33,33 | 66,67 | - | - | 100,00 |
| Pedreiro, encanador, pintor | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Varredor de rua (Gari) | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Técnica Contábil | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Bibliotecária | - | - | 100,00 | - | 100,00 |
| Costureira | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Telefonista | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Cabeleireira/Manicure | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Consultoria | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Administrador de condomínio | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Garçom | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Auxiliar de intimação | - | - | 100,00 | - | 100,00 |
| Doceira/Pasteleiro | - | 100,00 | - | - | 100,00 |
| Industriário | - | - | 100,00 | - | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN

Os entrevistados foram sondados a respeito do que representaria para eles, em termos de economia, o funcionamento dos restaurantes populares, e as respostas obtidas mostraram com muita clareza o alcance social do empreendimento. Conforme se pode conferir, para 86,06% dos entrevistados, a existência de tais restaurantes representa uma grande ajuda. Entre os que disseram que não sabiam opinar a respeito dessa questão (4,85%), alguns deixaram transparecer um certo ceticismo com relação aos empreendimentos públicos; entre os que responderam que a iniciativa da Prefeitura nada significa (2,42%), se encontravam pessoas que aparentavam uma situação econômica mais diferenciada.

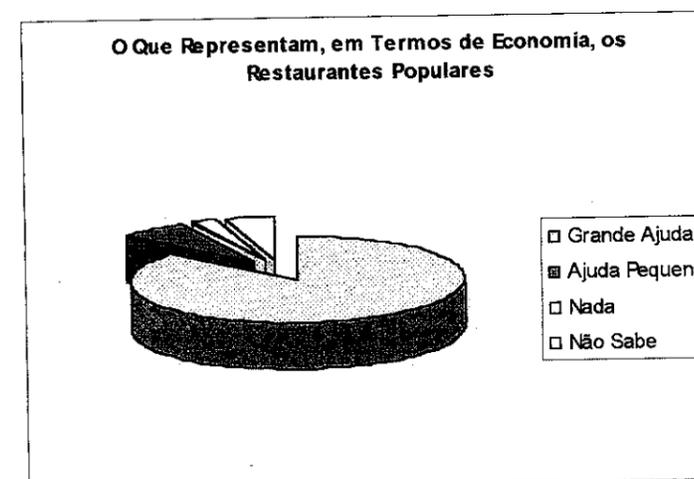
Tabela 11

O que representam os Restaurantes Populares

| V. | nº | % |
|-------------------|-----|--------|
| Uma grande ajuda | 284 | 86,06 |
| Uma ajuda pequena | 22 | 6,67 |
| Nada | 8 | 2,42 |
| Não sabe informar | 16 | 4,85 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out /2001, FJN.

Gráfico 11



No entanto, apesar do significado econômico dos restaurantes populares para a população entrevistada, a possibilidade de utilizá-los está condicionada a alguns fatores, como, por exemplo, a existência de fila. 48,79% dos entrevistados disseram que optariam por um almoço de qualidade inferior, ou mesmo de preço mais elevado, se tivessem que aguardar numa fila para almoçar, inclusive porque a maioria só dispõe de uma hora para almoço.

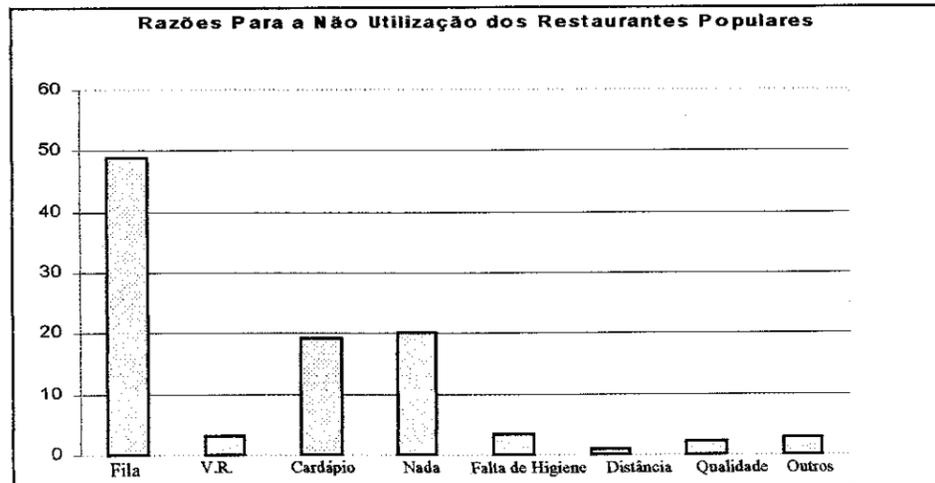
Tabela 12

Razões que levariam à não-utilização dos Restaurantes Populares

| Razões | nº | % |
|--------------------------------|-----|--------|
| Ter que ficar em fila | 161 | 48,79 |
| Não poder usar o vale-refeição | 10 | 3,05 |
| Não poder escolher o cardápio | 63 | 19,09 |
| Não faz nenhuma restrição | 66 | 20,00 |
| Falta de limpeza/higiene | 11 | 3,33 |
| Distância do local de trabalho | 3 | 0,91 |
| Má qualidade dos alimentos | 7 | 2,12 |
| Outros | 9 | 2,73 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN.

Gráfico 12



A existência de condicionantes para o uso dos restaurantes que a Prefeitura pretende implantar no centro da cidade é reforçada pelas respostas dadas pelos entrevistados quando questionados sobre se seriam clientes de tais restaurantes. A maioria (66,06%) pretende experimentar para ver se gosta. Não obstante, um percentual significativo (27,88%) já se diz cliente dos restaurantes, independente de qualquer condicionante, conforme mostram os dados da Tabela 13.

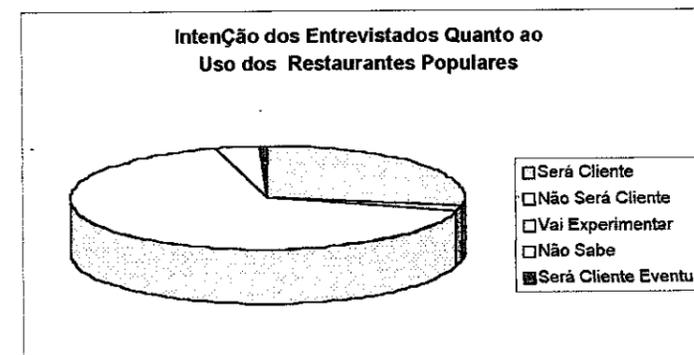
Tabela 13

Qual será o comportamento dos entrevistados frente aos restaurantes populares

| Razões | n | % |
|------------------------------------|-----|--------|
| Será cliente | 92 | 27,88 |
| Não será cliente | 6 | 1,82 |
| Vai experimentar para ver se gosta | 218 | 66,06 |
| Não sabe/tem dúvida | 12 | 3,64 |
| Será um cliente eventual | 2 | 0,60 |
| Total | 330 | 100,00 |

Fonte: Pesquisa direta, out/2001, FJN

Gráfico 13



5. Considerações finais

Pelo que os dados da pesquisa apontam, a iniciativa da Prefeitura de instalar dois Restaurantes Populares no centro da cidade conta com a receptividade da população que frequenta os bairros previstos para a localização do empreendimento. Não obstante, existem fortes condicionantes para o sucesso de tais restaurantes, visto que boa parte dos entrevistados foi enfática ao dizer que “vai experimentar para ver se gosta”. Como se pôde ver, apesar de parte considerável dos entrevistados haver dito que será, com certeza, cliente do restaurante popular ou que não tem, em princípio, nenhuma restrição a fazer, são muito significativos os percentuais relativos aos que fazem questão de um

pronto atendimento – “será cliente se não houver fila” – e também da possibilidade de escolha do cardápio. No entanto, o dado levantado pela pesquisa (Tabela 11) de que o funcionamento dos Restaurantes Populares representa “uma grande ajuda” parece respaldar a idéia inicial da Prefeitura de que, ao oferecer uma alimentação de boa qualidade a preço reduzido, estará proporcionando uma melhoria nas condições de vida da população que frequenta o centro da cidade.

6. Apêndice

Relação das ruas cobertas pela pesquisa:

- Bairro de São José:

| | |
|------------------------|--------------------------|
| Rua do Muniz | Travessa do Macedo |
| Rua do Peixoto | Rua do Porão |
| Rua do Dique | Rua do Rangel |
| Rua São João | Rua da Praia |
| Rua Frei Henrique | Rua do Livramento |
| Rua Vidal de Negreiros | Rua Direita |
| Rua Passo da Pátria | Avenida Dantas Barreto |
| Rua do Jardim | Rua Floriano Peixoto |
| Rua do Forte | Rua Tubias Barreto |
| Travessa do Forte | Rua Marques do Herval |
| Rua Barão da Vitória | Rua da Palma |
| Travessa dos Martírios | Rua 24 de Maio |
| Rua Padre Floriano | Rua Infante Dom Henrique |
| Rua das Calçadas | Rua do Fogo |
| Rua Antônio Henrique | Rua Camboa do Carmo |
| Rua São José | Rua Frei Caneca |
| Rua de Santa Rita | Rua das Flores |
| Rua Padre Muniz | Rua da Concórdia |
| Rua do Nogueira | Rua Santa Cecília |

- Bairro da Boa Vista:

| | |
|------------------------------|----------------------------|
| Rua Clube Náutico Capibaribe | Rua Bispo Cardoso Ayres |
| Rua Sete de Setembro | Rua do Riachuelo |
| Rua da Imperatriz | Rua Corredor do Bispo |
| Rua do Hospício | Rua Bernardo Guimarães |
| Rua da Matriz | Rua do Sossego |
| Rua Velha | Rua Princesa Isabel |
| Rua da Conceição | Rua da Saudade |
| Rua Manoel Borba | Rua União |
| Rua Gervásio Pires | Rua da Aurora |
| Rua da Glória | Avenida Conde da Boa Vista |
| Rua Barão de São Borja | Rua do Aragão |
| Rua da Soledade | Rua José de Alencar |
| Avenida Oliveira Lima | Rua do Giriquiti |
| Rua Príncipe | Rua do Progresso |

ANEXO

Questionário

PCR - PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE
CSURB - Companhia de Serviços Urbanos
FJN - FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO
NAPEC - Núcleo de Apoio à Pesquisa de Campo

Nº QUEST.

Pesquisa de Opinião Pública

RESTAURANTES POPULARES

Questionário Individual

ENDEREÇO: _____

ÁREA DA ENTREVISTA:

BOA VISTA 1
SÃO JOSÉ 2

ENTREVISTADOR: _____

SUPERVISOR: _____

DATA DA ENTREVISTA

Recife, Outubro de 2001

V99.1 N° do Questionário

V99.2

V99.3 Entrevistador

V99.4 Supervisor

V1 - Nome do Entrevistado: _____

V2 - Sexo do entrevistado (Não pergunte, identifique-o).

- 1) Masculino
 2) Feminino

V3 - Idade:

(Anos)

V4 - Local de residência do entrevistado

- 1) Recife
 2) Outra cidade da RMR
 3) Outra cidade de PE
 4) Outro local

V5 - Motivo que o trouxe ao centro da cidade:

- 1) Trabalho
 2) Estudo
 3) Trabalho e Estudo
 4) Outro: _____
(Especificar)

V6 - Período de permanência no centro:

- 1) Manhã
 2) Tarde
 3) Noite
 4) Manhã/Tarde
 5) Manhã/Noite
 6) Tarde/Noite
 7) Manhã/Tarde/Noite
 8) Incerto

V7 - Frequência semanal de vindas ao centro, das segundas às sextas-feiras:

- 1) Menos de 1 vez/Esporádica
 2) De 1 até 3 vezes
 3) Acima de 3 vezes

V8- Quando você está no centro da cidade, no horário do almoço, onde costuma almoçar
(com mais frequência)?

- 1) Apenas lancha, em qualquer local
2) Espera chegar em casa
3) Almoça um "PF"(Prato Feito), em qualquer local
4) Almoça em Self-Service
5) Traz marmita de casa
6) Recebe "quentinha"(no local de trabalho ou estudo)
7) Outro: _____
(Especificar)

V9- Dos itens listados abaixo, eleja um deles que levaria, ou leva, você a escolher um restaurante para almoçar no centro da cidade:

- 1) Proximidade do local de trabalho ou estudo
2) Preço acessível
3) Higiene/ limpeza
4) Qualidade dos alimentos
5) Conforto (ar condicionado, ventilador etc.)
6) Outro: _____
(Especificar)

V10- A PCR vai instalar, brevemente um restaurante popular, aqui nas proximidades, para servir almoço de boa qualidade a um preço que não deverá ultrapassar R\$ 1,00. Quando isso ocorrer, você:

- 1) Será, com certeza, cliente desse restaurante
2) Não será cliente dele em nenhuma hipótese
3) Vai experimentar para ver se gosta
4) Não sabe/ Tem dúvida
5) Outro: _____
(Especificar)

V11- O que levaria você a não utilizar um restaurante do tipo que está sendo proposto pela PCR?

- 1) Ter que ficar em fila
2) Não poder utilizar o vale-refeição
3) Não poder escolher o cardápio
4) Não faz nenhuma restrição
5) Outro: _____
(Especificar)
-

V12- O que representa para você, em termos de economia, a possibilidade de almoçar bem a um preço de R\$ 1,00?

- 1) Uma grande ajuda
2) Uma pequena ajuda
3) Praticamente nada
4) Não dá para avaliar
5) Outro: _____
(Especificar)

V13 - No momento, como você está em relação à Ocupação?

- 1) Desempregado
2) Empregado com carteira assinada
3) Empregado sem carteira assinada
4) Autônomo (Conta - Própria)
5) Sem ocupação/Não trabalha
6) Outro : _____
(Especificar)

V14 - Só para os Empregados (com/sem carteira) - Especificar a ocupação:

Ocupação: _____
(Especificar)

V15 - Só para os autônomos - Especificar a ocupação:

Ocupação: _____
(Especificar)

V16 - No momento a sua renda mensal se enquadra em qual dessas faixas:

- 1) Sem renda
2) Menos de 1 Salário Mínimo
3) De 1 a menos de 2 Salários Mínimos
4) De 2 a menos de 3 Salários Mínimos
5) De 3 a menos de 4 Salários Mínimos
6) De 4 a menos de 5 Salários Mínimos
7) De 5 a menos de 10 Salários Mínimos
8) De 10 Salários Mínimos e mais
9) Não respondeu
-

