

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS TERESINA ZONA SUL – PROF. MARCÍLIO RANGEL
CURSO DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

YURI FRANÇA ROCHA

**ATRATIVOS GASTRONÔMICOS PARA O ÊXITO DE “COMIDAS DE RUA”
COMERCIALIZADAS NAS PROXIMIDADES DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO
SUPERIOR EM TERESINA, PIAUÍ, NORDESTE DO BRASIL**

Teresina

2016

YURI FRANÇA ROCHA

**ATRATIVOS GASTRONÔMICOS PARA O ÊXITO DE “COMIDAS DE RUA”
COMERCIALIZADAS NAS PROXIMIDADES DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO
SUPERIOR EM TERESINA, PIAUÍ, NORDESTE DO BRASIL**

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do PiauÍ (IFPI), Campus Teresina – Zona Sul, como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gastronomia.

Orientadora: Profa. Esp. Iasminede Melo Barbosa Sousa

Teresina

2016

YURI FRANÇA ROCHA

**ATRATIVOS GASTRONÔMICOS PARA O ÊXITO DE “COMIDAS DE RUA”
COMERCIALIZADAS NAS PROXIMIDADES DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO
SUPERIOR EM TERESINA, PIAUÍ, NORDESTE DO BRASIL**

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Piauí(IFPI), Campus Teresina – Zona Sul, como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gastronomia.

BANCA EXAMINADORA

Presidente: Prof^ª. Esp. Iasmine de Melo Barbosa Sousa
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
Campus Teresina Zona Sul

1º Examinador: Prof^ª Dra. Edna Maria Ferreira Chaves
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
Campus Teresina Zona Sul

2º Examinador: Prof^ª. Bruna Maria de Oliveira
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
Campus Teresina Zona Sul

Suplente: Prof^ª. Me. Marília Alves Marques de Souza
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
Campus Teresina Zona Sul

Teresina

2016

DEDICATÓRIA

À todos que contribuíram direta, ou indiretamente para a conclusão desse curso.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por me permitir chegar até aqui com muitas conquistas nessa trajetória.

Aos meus pais, Francismeire França Martins e Nei Silva Rocha, por todo carinho e paciência.

À professora Iasmine Melo Barbosa Sousa, pela orientação com essa pesquisa.

Aos professores Bruna Maria Oliveira, Marília Marques, Mariana Moraes, Pedro Ângelo e Rosália Torres por todo o aprendizado obtido.

Ao motoqueiro André dos Santos, que durante o acidente de moto que sofri enquanto realizava essa pesquisa, me ajudou a levantar no meio da Av. João XXIII.

Aos amigos que o curso proporcionou, e que juntos pudemos viver momentos inesquecíveis: Barbara Marinho Nascimento, Caio Bruno Bezerra Fialho, Elizete da Silva Carvalho, Isis Mariane Leite Silva, Susana de Oliveira Silva e Tiago Melo Silva.

RESUMO

A comida de rua é um negócio que movimentou o mercado gastronômico, gerando um considerável desenvolvimento da área e uma opção a mais para quem deseja fugir do tradicional. É comum, ao sair aos arredores de faculdades e encontrar alguma barraca ou caminhão vendendo diversos tipos de comida. Nesse tipo de comércio, são ofertados diversos tipos de comidas que agradam bastante o paladar dos estudantes e possuem um preço mais acessível. São poucos os estudos a respeito dessa forma específica de comércio informal, quais preparações possuem mais êxito e como funciona o mercado das "comidas de rua". Assim, o objetivo deste trabalho foi avaliar porque as comidas de rua possuem tanta aceitação entre os estudantes. Para isso foi realizada uma pesquisa qualitativa-quantitativa feita com entrevistas para consumidores e ambulantes, além de uma revisão bibliográfica do que já está disponível sobre "comidas de rua". Os resultados obtidos comprovam que a relação custo-benefício é fundamental para o estudante optar por lanches comercializados de maneira informal e que os ambulantes, embora estejam em ambientes pouco propícios para manipulação de alimentos, se preocupam bastante com a higiene do preparo.

Palavras-chave: Comidas de rua, alimentação, sanduíches, higiene

ABSTRACT

The street food is a business that moved the gastronomic market, generating a considerable development of the area and an additional option for those looking to escape the traditional. It is common to leave the outskirts of colleges and find some tent or truck selling various types of food. In this type of trade they are offered various types of foods that greatly pleases the palate of students and have a more affordable price. There are few studies about this specific form of informal trade, which preparations have more success and how the market works of "street food." The objective of this work was because the street foods have so much acceptance among students. For this a qualitative and quantitative survey of interviews to consumers and vendors was held, and a literature review of what is already available on "street food." The results show that the cost-benefit ratio is essential for the student to opt for snacks marketed informally and the street, albeit in some environments conducive to food handling, care enough to hygiene preparation.

Keywords: Street Food, food, sandwiches, hygiene

LISTA DE FIGURAS

Páginas

Figura 01. Frequência de consumo per capita dos lanches ofertados pelos ambulantes nas proximidades da faculdade Estácio CEUT, em Teresina, Piauí	22
Figura 02. O que os estudantes buscam para se alimentar após as aulas nas proximidades da faculdade Estácio CEUT, em Teresina, Piauí	23
Figura 03: Motivo pelo qual o estudante optou pelo lanche ofertado fora da faculdade ao invés de consumir nas lanchonetes internas da instituição Estácio CEUT em Teresina, Piauí.....	24
Figura 04. Nível de satisfação dos estudantes quando aos lanches ofertados pelos ambulantes	26
Figura 05. Preocupação dos estudantes com a higiene e procedência da fabricação dos lanches ofertados.....	27
Figura 06. Lanches mais buscados pelos estudantes	28
Figura 07. Turnos de maior rotatividade	29
Figura 08. Turnos de menor rotatividade.....	30
Figura 09. Número de manipuladores na produção dos alimentos fabricados	32
Figura 10. Satisfação dos ambulantes em relação ao lucro obtido com a venda dos lanches	33
Figura 11. Nível de preocupação dos ambulantes com as questões higiênico-sanitárias na produção dos alimentos	34

SUMÁRIO

	Páginas
RESUMO.....	V
ABSTRACT	V
LISTA DE FIGURAS	VI
1. INTRODUÇÃO	08
2. OBJETIVOS.....	09
2.1 Objetivo geral	09
2.2 Objetivos específicos	09
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3.1 Surgimento e evolução da comida de rua	10
3.2 Expansão da comida de rua pelo Brasil	12
3.3 Mercado de ambulantes	14
3.4 Comida de rua e segurança alimentar	16
4.METODOLOGIA	20
5.RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
5.1 Consumidores	22
5.2 Ambulantes	29
6.CONCLUSÕES	37
REFERÊNCIAS.....	38
Apêndice A: Questionário Consumidores	41
Apêndice B: Questionário Ambulantes	43

Apêndice C: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	45
---	-----------

1.INTRODUÇÃO

Estudantes em geral sempre buscam métodos rápidos para se alimentar no decorrer do dia-a-dia, seja pelo curto tempo ou pela comodidade, optando por comer lanches para consumo imediato durante o pouco tempo que dispõem (CARDOSO, 2009).

A “comida de rua”, como é popularmente conhecida, é uma alternativa muito requisitada pelos estudantes, que se sentem atraídos pelo custo-benefício (BELUZZO, 2009). São obtidas em *trailers* ou pequenas barracas, que ofertam preparações rápidas, estrategicamente, localizadas para seu público-alvo.

Em Teresina, quase que em sua totalidade, as instituições de ensino, sejam públicas ou particulares, dispõem desse tipo de comércio em seus arredores. Ambulantes ofertam desde doces como *brownies* e brigadeiros, as refeições como o tradicional “arrumadinho” e tapiocas recheadas. Dada a diversidade de produtos ofertados e que agradam a um grande público, principalmente os estudantes, a comida de rua acaba por se tornar uma forte concorrência para as lanchonetes internas das faculdades.

O sucesso ascendente deste comércio incentiva a adesão de novos ambulantes nas proximidades de instituições de ensino, com a certeza de que o retorno do investimento é garantido, haja vista a grande demanda de consumidores.

Este trabalho objetivou-se avaliar as preparações que são oferecidas à esses estudantes, buscando compreender o porquê da ampla atração de estudantes às “comidas de rua” e quais os motivos para que esse tipo de segmento consiga crescer demasiadamente.

O estudo visa contribuir com a formalização de informar acerca do tema pesquisado, uma vez que existem poucas informações de base científica sobre esse tema e irá, também, auxiliar em novos projetos e empreendimentos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Identificar os fatores pelos quais a “comida de rua” tem ampla aceitação próximo às instituições de ensino em Teresina-PI, perante as demais ofertas, como, lanchonetes internas de faculdades e outros restaurantes nas proximidades.

2.2 Objetivos específicos

- Verificar as condições higiênico-sanitárias da produção de lanches oferecidos na porta de faculdade;
- Apontar quais as preparações que possuem melhor aceitação e vendas no local pesquisado;
- Identificar razões da preferência dos estudantes pelas preparações.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Surgimento das indústrias e evolução da “comida de rua”

O hábito de comer fora de casa em locais acessíveis se tornou popular nos anos 1950, tendo, inicialmente, como consumidores, trabalhadores de fábricas, os quais passavam o dia fora de casa, e não dispunham de muitas opções para se alimentar. Dessa forma, passaram a procurar algum local perto que produzisse preparações para atender as suas necessidades (BELUZZO, PETRINI, 2009).

De fato, a chegada às cidades de operários que trabalhavam longe de suas casas e que para elas não retornavam durante todo o dia levou ao surgimento de modos de alimentação e restaurantes de baixo preço e serviço rápido, que se acomodavam perfeitamente nos intervalos da jornada de trabalho. Disso, a transformação dos restaurantes em unidades móveis foi só um passo. Carros que serviam os operários dia e noite através de uma janela, mesmo nos horários em que as tabernas e os restaurantes já haviam fechado. (BELUZZO; PETRINI, 2009, p. 192)

Os autores supracitados (2009) acreditam que essa nova forma de alimentação dava início a uma prática que seria influenciada por milhares de comerciantes, que viam nesses trabalhadores ótimos clientes para suas preparações. Segundo o mesmo, o aperfeiçoamento de técnicas assim como o desenvolvimento da produção de alimentos incentivou pessoas a procurarem meios que levassem suas comidas até os clientes da forma mais direta possível, iniciando assim o comércio de comida de rua.

A venda de lanches nas ruas é uma prática bastante popular em países de todo o mundo, de países desenvolvidos a subdesenvolvidos e, com o passar dos anos, se tornou uma opção de alimentação bastante procurada para a população em geral (TREFZER, 2009).

“Muitas pessoas consomem diariamente refeições nas ruas, e estudos revelam que o número de vendedores de alimentos nesses locais continua aumentando, pois muitos comerciantes enxergam esta atividade como um bom negócio, o qual fornece boa fonte de renda e requer baixo investimento de capital.” (SOUZA, 2015, p.1)

Souza afirma que esse comércio vem crescendo consideravelmente, sendo vantajosa principalmente para os investidores (no caso, os ambulantes), que não precisam aplicar muito capital para poder ter um alto retorno. Ou seja, com vantagens no investimento, a “comida de rua” é uma boa opção pra quem deseja iniciar algum negócio.

“Comida de rua” é, segundo Cardoso (2009), a designação utilizada para preparações ofertadas em lugares informais como passeios de avenidas, proximidades de faculdades e condomínios, entre outros. Ela substitui uma refeição principal, além de ser um produto de fácil acesso.

O termo “comida de rua” tem sido utilizado para designar alimentos e bebidas vendidos em vias públicas, destinados ao consumo imediato ou posterior, porém que não necessitam de etapas adicionais de processamento. (CARDOSO, 2009, p.1)

Segundo o mesmo, a “comida de rua” é uma modalidade de venda rápida na qual o consumidor geralmente está interessado em alguma refeição que seja rápida, independente do local que esteja sendo comercializada.

À medida que as formas de venda de comidas foram se tornando vantajoso do ponto de vista econômico, as comidas vendidas nas ruas ganharam espaço ao tempo em que países de baixa renda começaram a se desenvolver. No Brasil, o mercado de trabalho inseriu cerca de 14 milhões de trabalhadores no setor de alimentos, comercializados através de método informal (CARDOSO apud COSTARRICA, 1996).

Em relação ao aspecto nutricional, a comida de rua também constitui um reflexo da condição econômica e social do país, na medida em que delineia uma alternativa alimentar e nutricional de fácil aquisição, tanto pela acessibilidade física como social, devido ao seu menor custo. (CARDOSO, 2009, p.1)

Ou seja, Cardoso afirma que a “comida de rua” desempenha um papel importante na cultura alimentar que se forma, pois ao oferecer uma opção de

custo mais viável, consegue chamar atenção com facilidade para o consumidor experimentar rapidamente suas preparações, uma vez que esse mesmo consumidor pagaria um valor mais elevado comendo em redes industrializadas de *fast-food*, por exemplo e, ao fazer a comparação, percebe que consumir a comida de rua pode ser mais viável economicamente.

Deve-se levar em conta também as formas como os manipuladores produzem esse tipo de alimento para o comércio. As mãos de quem trabalham com comida são uma grande fonte de contaminação, e, muitas vezes, esses manipuladores ignoram as formas corretas de higiene que garantem uma produção correta e saudável da preparação. Esse mesmo autor questiona o local em que são preparadas as comidas, alegando que poucos utilizam uma estrutura adequada para a realização do processo (BEZERRA, 2014 apud WHO, 2006).

A infraestrutura nos pontos de venda é precária: não há água potável disponível, banheiro acessível, não há destinação correta do lixo, não há sistema adequado de refrigeração dos alimentos e os manipuladores não lavam as mãos, os equipamentos e os utensílios com frequência (BEZERRA, 2014, p.1).

O autor supracitado ainda afirma que é necessário estimular uma mudança de comportamento para melhor capacitação dos manipuladores nas preparações dos alimentos comercializados, ele acredita que tais “comerciantes” devem ser informados a respeito dos métodos corretos de higiene.

3.2 Expansão da comida de rua pelo Brasil

Embora não obedecendo os preceitos postos, alimentar-se com comida de rua acabou tornando-se popular na cultura do brasileiro. Por ser rico em comidas típicas, o Brasil conta com vários ambulantes que, em diversos cantos do país produzem preparações que fazem parte da tradição alimentar de determinada região, como por exemplo o Acarajé na Bahia, ou o creme de galinha no Piauí (BITTER, 2012).

Quando se nota o árduo e complexo processo envolvido na feitura dessas iguarias de paladar altamente valorizado, a forma ritualizada com que são produzidos e consumidos, os tabus, de que ocasionalmente é objeto, somos levados a reconhecer que é difícil aceitar a tese de que os alimentos visam unicamente atender as necessidades humanas objetivas, seguindo a lógica da maximização meios-fins, de acordo com uma "razão prática". Contrariamente, os dados etnográficos apontam para uma compreensão da produção, circulação e consumo dessas comidas na perspectiva de uma outra lógica, a que Sahlins (2003) chamou de "razão cultural" ou "simbólica". (BITTER, 2012, p.1)

Segundo esse autor, a cultura é a principal influência para o ser humano quando se trata de alimentação. Dependendo de onde esteja, o consumidor se sente atraído por determinado tipo de preparação nem sempre porque necessita de fato, e sim por saber que aquele alimento gera satisfação, levando-o a consumir de imediato.

Cada região do Brasil possui sua própria cultura, e dessa forma são criados hábitos alimentares. Sendo assim, cada cidade possui suas próprias tendências e é preciso respeitá-las. A comida que pode ser ofertada no norte do país pode não ter o mesmo impacto se for ofertada no sul, por possuir aceitação curta quando comercializadas longe de seus locais de origem. É necessário se adaptar à realidade de cada local (FREUND, 2007).

No Brasil, as preparações típicas de cada região demonstram ser reflexo da cultura do local (LODY, 2011). Na Bahia, por exemplo, é bastante comum a venda de acarajés nas ruas. Segundo Bitter (2012), embora apreciado por muitos comensais, sofre os efeitos do problema que ocorre com a maioria dos ambulantes que trabalham com comida de rua: encontrar um "ponto" que fidelize clientes. Segundo o Artigo 1.142 do Código Civil, o "ponto" se refere ao local que o empresário escolhe para fundar seu negócio e exercer sua profissão.

Há uma apropriação do espaço público por essas mulheres – e agora alguns homens, como vimos em certos casos. É frequente observarmos a formação de um público cativo, com o qual se estabelecem laços de amizade. Assim, a necessidade de um ponto fixo e de se "fazer esse ponto", torna-se evidente para a manutenção de tais vínculos – os quais, no caso das baianas de acarajé, são tantos sociais quanto religiosos (Bitter, 2012, p.1).

Quem trabalha com "comida de rua" também sofre com a insegurança da permanência em seu ponto para a venda de suas preparações. O autor supracitado afirma que a fiscalização e higiene sanitária proíbem e fecham vários pontos sem pensar nas dimensões financeiras e sociais que isso pode ocasionar, tornando assim instável a prática de venda desse comércio.

3.3 Mercado de ambulantes

A comida de rua se tornou uma alternativa de alimentação no qual muitos comerciantes “enxergam” uma boa fonte de renda e, devido a esse fato, o número de vendedores nesse segmento vêm aumentando consideravelmente (SOUZA, 2015). Com uma alta competitividade no meio, a busca por novas opções para montar seu negócio tem feito muitos ambulantes procurarem métodos de se especializar a fim de obter um diferencial na área gastronômica.

A Gastronomia vem sendo colocada em um patamar de excelência na atualidade, as necessidades da população e as demandas do mercado não podem ser esquecidas pelas instituições de ensino. Pelo contrário, as instituições devem estar preparadas para atender às solicitações dos órgãos governamentais regulamentadores, do mercado ávido por novidades e de um corpo discente ansioso pela aquisição de novas habilidades e competências. (TOMINATSU, FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA, 2011, p.79)

Tominatsu expõe que o mercado alimentício tem se tornado um ramo cada vez mais competitivo. Por esse motivo, os investidores dessa área buscam cada vez mais cursos que possam melhorar sua capacitação, fazendo com que instituições de ensino gerem novos cursos para atender à demanda.

Os iniciantes no ramo alimentício que não possuem habilidades culinárias geralmente buscam esses cursos profissionalizantes antes de começar algum empreendimento. Esse tipo de investidor sabe que para agradar os consumidores devem iniciar pelos pratos básicos e típicos de cada região, pois na maioria das vezes são as preparações mais procuradas na hora de fazer alguma refeição (BITTER, 2012).

A principal diferença entre esses restaurantes caros e luxuosos do Brasil em relação aos seus similares é o que eu chamaria de falta de tradição. Não me refiro somente à tradição dos restaurantes e pratos oferecidos, mas também às tradições do próprio país e do continente em que se encontram (ARAÚJO, 2006, p.79).

Araújo deixa evidente que o cliente busca por pratos tradicionais e acaba se frustrando quando entra em algum estabelecimento que não possui essas preparações “básicas”. Indiretamente, acaba contribuindo para que a comida de rua se torne mais uma opção quando o consumidor não se sente satisfeito em restaurantes requintados.

As comidas de rua são baseadas em “comidas típicas”, que são pratos feitos originalmente para festas, com nomenclatura que evidenciam sua região (Tomimatsu, 2011). E foi se baseando nessa modalidade de preparações populares que ambulantes perceberam que era uma que agradava bastante aos consumidores.

Trata-se de uma inovação culinária recente, ligada ao mundo urbano e ao consumo de refeições em massa, que acabou se tornando em algumas décadas, uma especialidade local na plena acepção da palavra, reivindicando uma autenticidade tão arraigada quanto a do cassoulet, embora se apoie inicialmente numa verdadeira mistura transcultural (FLANDRIN, 2007, p. 859)

Esse autor explica que o regionalismo aplicado na gastronomia vem chamando bastante atenção, pois tem ganhado boas proporções no ramo alimentício e iniciando assim, mudanças nas tradicionais opções de alimentação, onde as pessoas têm aceitado preparações mais populares.

Existem variados tipos de ambulantes que comercializam comida de rua, dentre eles se incluem os hamburgueiros, dogueiros e ambulantes em geral, esse último composto por vendedores de espetinhos de carne. (CURI, 2006). Nos últimos 15 anos, esse tipo de comércio cresceu de forma espantosa no Brasil, tornando-se lucrativo para quem o pratica. Estudos feitos na América Latina comprovaram que ambulantes da atualidade ganham até 10 vezes mais que o salário mínimo nacional (CURI, 2006, *apud* ARAMBULO, 1991).

A unidade do cachorro-quente é vendida por R\$ 1,00, com os molhos tradicionais, catchup, mostarda e maionese, ou a 1,50, o completo. A média de vendas diárias de um dogueiro é de 60 lanches e 40 refrigerantes. O rendimento médio mensal de uma pessoa que vende cachorros-quentes na rua é de R\$2,2mil, englobando também os refrigerantes consumidos pelos fregueses. (CURI, 2006, p. 31)

Curi afirma que o segmento de dogueiros, por exemplo, fatura anualmente por volta de R\$ 132 milhões, comprovando o êxito de quem trabalhar com comida de rua.

Um dos fatores para o grande sucesso das comidas de rua é a localização dos pontos de venda. (BEZERRA, 2014) Por estarem perto do trabalho ou de campus de estudo, essas comidas típicas acabam ganhando reconhecimento devido à facilidade de acesso.

Os pontos de venda são construídos por meio de vínculos sociais fundamentais. A relação entre as baianas e tacacazeiras e seus clientes é marcada por uma certa proximidade e intimidade. Os espaços onde se fixam tornam-se lugares eivados de vida, sendo extremamente problemático para essas pessoas serem obrigadas a se deslocar para outros espaços em consequência de políticas públicas direcionadas a legalização de tais ofícios. (BITTER, 2012, p.1)

Esse autor explana que as barraquinhas informais que vendem comidas de rua tornam-se atrativo devido à fácil acessibilidade para quem consome. Devido à dificuldade de locomoção para lugares mais distantes, as pessoas optam por lanchar com ambulantes ao invés de sair buscando restaurantes que não estejam próximos.

Segundo dados do IBGE, o Piauí possui aproximadamente 3.120.000 habitantes segundo uma pesquisa de 2010, e um rendimento mensal de 659,00 por família. Em meio a diversos restaurantes, o piauiense ainda possui as opções de comer em barraquinhas de ambulantes que ficam geralmente em calçadas, sendo esse tipo de comércio muito popular nas proximidades de faculdades.

3.4 Comida de rua e segurança alimentar

Graças a atual divulgação da importância de condutas higiênicas na preparação de alimentos tem crescido a preocupação com a segurança alimentar em todos os segmentos da sociedade. Qualquer fato estranho que ocorra em restaurantes ou outro tipo de estabelecimento é noticiado e se torna rapidamente um fato conhecido (TOMIMATSU, 2011, p. 172). Esse detalhe chama atenção dos comerciantes, que, ao saberem que os clientes estão mais informados, buscam ofertar mais qualidade em suas preparações.

O fornecimento regular de informações sobre hábitos alimentares e estilos de vida saudáveis estão atrelados as condições impostas pelo lucrativo mercado de alimentos industrializados. A globalização mostra uma outra face nos programas de receitas nos quais nunca ouvimos falar dos ingredientes. O grande paradigma é o consumo e a inclusão social, em detrimento da cultura e da cidadania (ARAÚJO, 2006, p. 90).

Esse autor explica que as pessoas tem se preocupado mais com o que consomem graças à mídia, que repassa informações detalhadas a respeito, fazendo com que o consumidor se questione do que está adquirindo, se determinada preparação vale ou não a pena.

A maioria das bancadas onde os ambulantes trabalham são visíveis aos consumidores. Se o local estiver com aspecto sujo e desorganizado pode causar uma impressão negativa e assim afastar os clientes (DAVIES, 2010). Portanto, um cuidado redobrado com a limpeza e organização dessa área são fundamentais para que o cliente possa constatar que o local é limpo e bem organizado. (PASSOS, 2006).

A higienização dos alimentos é uma etapa indispensável quando se elabora qualquer preparação, em especial quando se trata de “comidas de rua”, pois a mesma está exposta em vias públicas (CARDOSO, 2014), onde a contaminação é bem maior.

Embora muitos casos dessas doenças transmitidas por alimentos tenham sido atribuídos ao cozimento incorreto, à manutenção de temperaturas inadequadas e à utilização de matérias-primas contaminadas; a má higienização das mãos e das superfícies que interagem com os alimentos também são identificadas como fatores de risco importantes(SOUZA, 2015, p.1)

Souza enfatiza que a higiene é fundamental no processo de fabricação dos alimentos, pois caso não ocorra uma boa higienização dos alimentos aumenta-se o risco de desenvolver doenças por contaminação.

No entanto, nem todos os ambulantes que trabalham com comidas de rua seguem à risca os métodos necessários de higiene quando realizam as preparações. Devido à falta de fiscalização, uma vez que a atividade não é regulamentada (BEZERRA, 2014), comerciantes possuem uma certa resistência em realizar o processo de maneira adequada, produzindo muitas vezes de maneira irregular.

Fazer a equipe entender suas responsabilidades como profissionais da saúde é talvez a parte mais delicada e, ao mesmo tempo, importante durante os treinamentos tanto teóricos quanto práticos, porque caso não cumpram os parâmetros higiênico-sanitários podem produzir alimentos contaminados, levando ao surgimento de Doenças Transmitidas por Alimentos, que podem levar a sintomas como vômitos, diarreia, cólicas intestinais, febre e à morte, nos casos mais graves (TOMIMATSU, 2011, p. 177)

O autor supracitado evidencia a dificuldade que ocorre quanto a alertar os cozinheiros a ter um cuidado redobrado com as preparações. Para isso, o autor incentiva realizar atividades teóricas e práticas para os mesmos manipuladores se adequarem às normas necessárias.

Os comerciantes que manipulam comidas de rua são altamente discriminados perante a população, apesar do êxito das preparações, muitos consideram como algo “sujo” e ligam à alimentação para pessoas de baixa renda (BEZERRA, 2014). A falta de fiscalização, como já citada anteriormente, é um dos fatores que geram com que os ambulantes realizem seu trabalho de forma errônea. No entanto, a informação e oportunidades para esses trabalhadores autônomos ainda é escassa.

Em fevereiro de 2002 uma reportagem que a Rede Globo exibiu no *Fantástico* denunciou as baixas condições "higiênico-sanitárias" em 100% dos acarajés produzidos no estado da Bahia.⁵ Como resultado, o Senac Bahia criou o programa "Acarajé 10", cujo objetivo era promover a capacitação das baianas de acarajé através de "seminários de sensibilização das vendedoras ambulantes, de cursos de noções básicas de segurança alimentar, de análises microbiológicas de amostras dos alimentos vendidos nas ruas e da certificação profissional, propriamente dita" Além do curso, foram feitas provas e visitas da vigilância sanitária na casa dos vendedores. Caso fossem aprovadas, as baianas receberiam o certificado e o selo "Acarajé 10". No entanto, como afirma Elizabete Mendonça, a maioria das baianas não conseguiu o certificado, ou por não passarem na prova de "múltipla escolha", ou por não possuírem as suas cozinhas equipadas segundo as especificações da higiene sanitária. (BITTER, 2012, p.1)

Esse autor analisa que o caso das baianas que vendem acarajé nas ruas, onde uma reportagem exibida nacionalmente denunciou as más condições sanitárias que eram preparados os acarajés na Bahia, e que em seguida o Senac do estado criou programas de conscientização para essas pessoas poderem melhorar seu ofício. No entanto, nem todos que participaram conseguiram o diploma por não estarem adequadas às exigências solicitadas no curso. Esse tipo de situação ocorre com muitos dos ambulantes que trabalham com comidas de rua, que, por não se encaixarem nos padrões, acabam se tornando marginalizados.

4. METODOLOGIA

A pesquisa foi quantitativa-qualitativa, ou seja, teve por intuito medir e analisar atitudes de um público-alvo, caracterizada como tipo exploratória, pois buscou mais informações sobre um tema que possui pouco material disponível. A pesquisa exploratória é principalmente indicada quando não existem muitos registros sobre o tema (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p.61).

Dentre as instituições de Ensino Superior foi selecionada a Universidade Estácio CEUT, localizada no bairro São João, Teresina, devido, em seus arredores, haver grande lotação de “ambulantes” que oferecem opções externas de alimentação, as ditas “comidas de rua”.

Nas proximidades da instituição, é possível ter aproximadamente dez opções de ambulantes enquanto outras instituições contam com no máximo quatro ofertas de lanches externos. Por haver tanta oferta e procura, a Estácio acabou se tornando um bom campo para esse estudo.

Para realização dessa pesquisa, foram elaborados dois questionários (apêndices A e B) com diversas perguntas, um para os ambulantes que atuam na produção de alimentos, e outro para o seu público-alvo: os estudantes universitários.

O questionário criado para os estudantes conta com seis questionamentos, sendo um deles subjetivo e demais questões objetivas, indagando a frequência de consumo das comidas de rua; a preferência por lanches externos ao invés dos ofertados dentro da própria instituição; as preparações com maior procura; a preocupação com as questões sanitárias; o grau de satisfação dos lanches ofertados; quais lanches os estudantes consome com maior frequência.

Já o questionário criado para os ambulantes contou com oito questionamentos, sendo três deles subjetivos e os demais objetivos, que apuravam os turnos de maior e menor rotatividade para venda desses lanches, tais quais as preparações que possuem menor e maior saída, foram questionados a quantidade de manipuladores que produzem esses lanches, a

preocupação com as questões sanitárias, a questão da concorrência acirrada em meio a tantas ofertas, os métodos que realizam para obter mais clientes e se recebem retorno satisfatório.

Esses questionários possuíam como meta coletar dados para explicar o êxito das preparações vendidas nas proximidades de instituições de ensino. Para isso, foi realizado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (apêndice C) de acordo com a resolução do Conselho Nacional de Saúde sobre ética em pesquisa, resolução CNS 466/2012. Todos que aceitaram participar da pesquisa assinaram o termo.

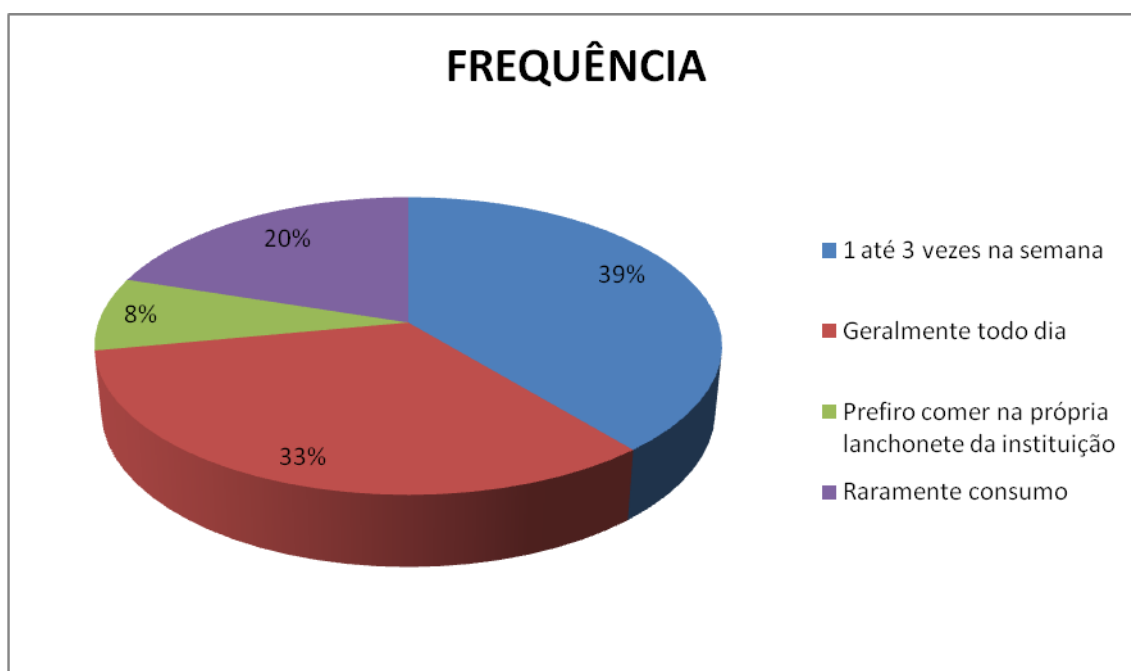
Após o preenchimento desses questionários, foram realizadas análises que dialogarão com as hipóteses feitas para elaboração dessa pesquisa.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para chegar aos resultados, foram coletados os dados como já supracitado na metodologia, essas serviram de base para as análises expostas a seguir, onde foi possível estabelecer para essa pesquisa reflexões acerca do panorama encontrado.

5.1 CONSUMIDORES

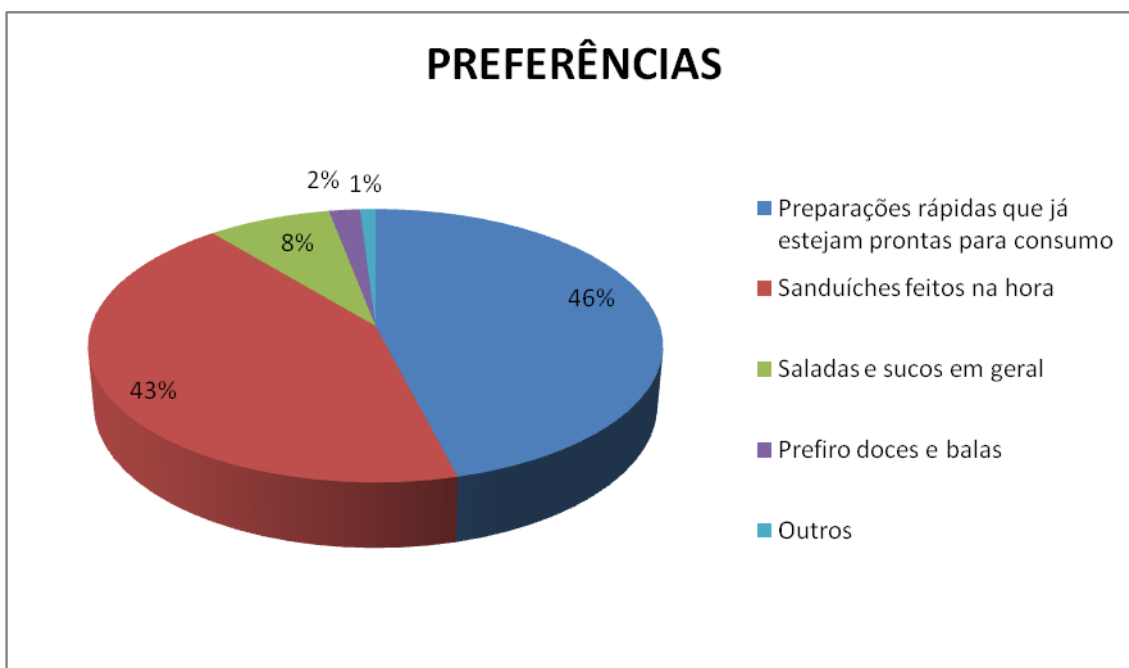
Gráfico 01: Frequência de consumo per capita dos lanches ofertados pelos ambulantes nas proximidades da faculdade Estácio CEUT, em Teresina, Piauí



Em 2009, a pesquisadora Rizia Cardoso argumentou, baseada numa pesquisa de Orçamento Familiar, que 25,05% dos gastos com alimentos são reservados para alimentação fora de casa, mas no entanto não existem registros da quantidade que se gasta dessa despesa com comida de rua. Baseada nessa argumentação da Rizia, foi elaborada a primeira pergunta do questionamento, que buscou saber com que frequência os estudantes consomem comidas de rua próximo à Estácio CEUT.

Segundo a pesquisa realizada, somando a porcentagem dos estudantes que consomem de 1 a 3 vezes na semana, com os que consomem todo dia, pode-se analisar que mais de 60% dos entrevistados consomem com frequência no decorrer da semana os lanches, comprovando o sucesso das barraquinhas em comparação às lanchonetes internas da instituição, que recebeu somente 8% dos votos. Os que raramente consomem, responsáveis por 20% dos votos não costumam lanchar nem dentro nem fora da instituição. Nessa última categoria deve-se levar em consideração que a maioria desses participantes que marcaram essa opção eram alunos e estavam apenas acompanhando amigos no local, fato que apesar de não significar ser consumidores em potencial, ajuda a dar impressão das barraquinhas dos ambulantes possuírem mais público. Quanto mais gente, maior o sinônimo de sucesso.

Gráfico 02: O que os estudantes buscam para se alimentar após as aulas nas proximidades da faculdade Estácio CEUT, em Teresina, Piauí

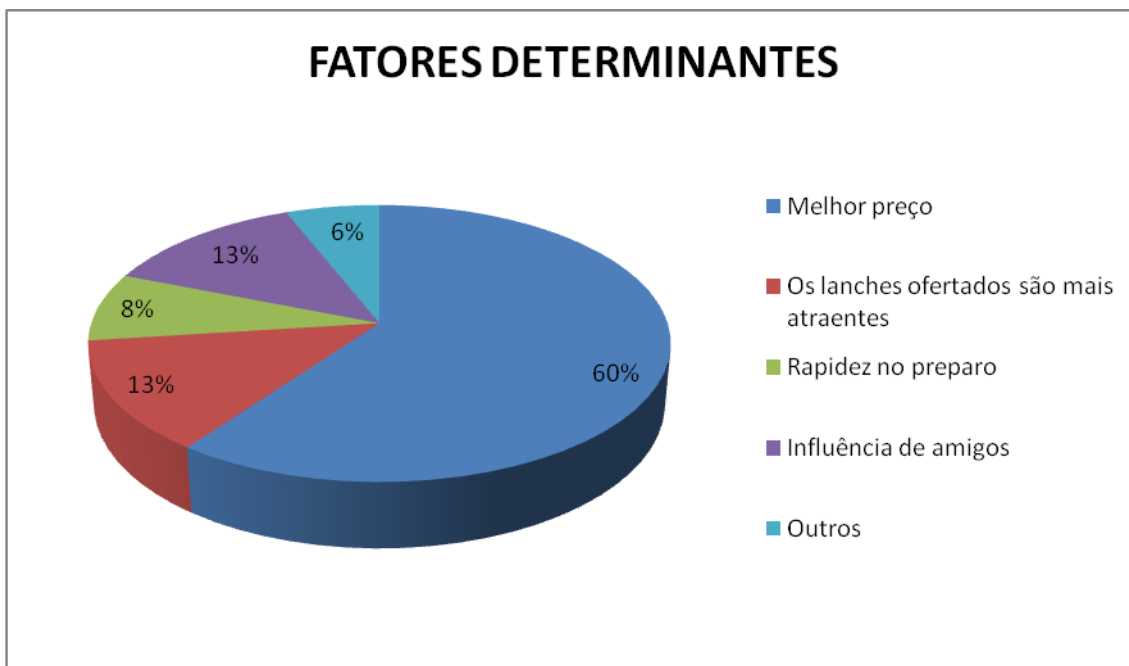


De acordo com a pesquisadora Aída Bezerra, um dos motivos que levam as pessoas a consumirem lanches diversos nas ruas é a rapidez no preparo em comparação aos demais restaurantes.

Como pôde-se constatar na pesquisa, quase metade dos entrevistados optam por preparações rápidas que já estejam prontas para consumo (46%),

esse é basicamente o conceito de comida de rua (Cardoso, 2012). Mostrar que a maioria prefere esse tipo de alimentação comprova o êxito dos lanches ofertados pelos ambulantes, no qual a segunda categoria mais votada os “sanduíches feitos na hora”, que receberam 43% dos votos também se encaixa. Ainda que timidamente, também existe uma parcela pequena que opta por uma alimentação saudável e optam por saladas e sucos, categoria que recebeu 8% dos votos. Quem prefere doces e balas, podem contar com algumas barraquinhas que vendem essas guloseimas como segunda opção. E ainda houve uma participante que escreveu na categoria “outra opção”: R. L comentou: “não costumo me alimentar na faculdade, geralmente faço as refeições em casa”. R. S. expôs outro dado a ser levado em consideração: o fato de pessoas se alimentarem onde moram antes de ir à faculdade, fator que inclusive pode justificar o fato de pessoas que raramente consomem esses lanches (pergunta realizada anteriormente à essa que recebeu 20% dos votos).

Gráfico 03: Motivo pelo qual o estudante optou pelo lanche ofertado fora da faculdade ao invés de consumir nas lanchonetes internas da instituição Estácio CEUT em Teresina, Piauí



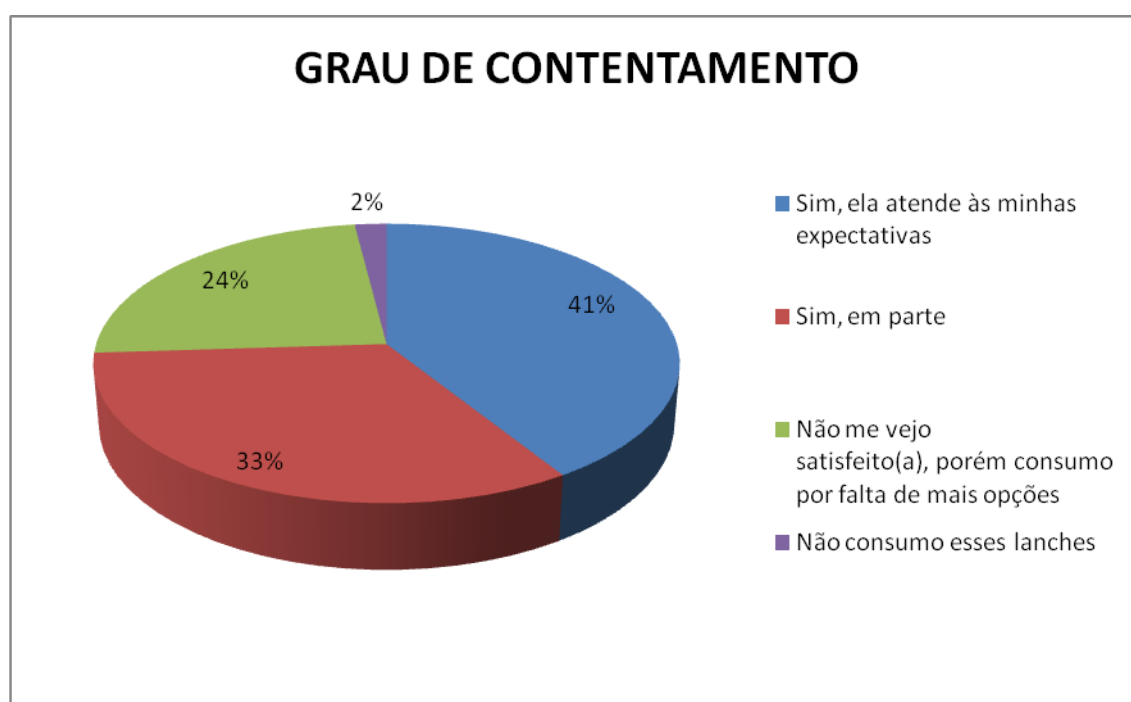
Um dos fatores que levam os consumidores a consumirem lanches ofertados em vias públicas é devido ao baixo custo com as quais as preparações são ofertas (LUCCA, 2010).

Como se pode analisar na pesquisa realizada, a maioria dos estudantes que participaram do questionário, optam pela comida de rua devido ao valor mais acessível, o que é uma vantagem sempre levada em consideração pelo consumidor em potencial. Uma das entrevistadas comentou enquanto respondia essa pesquisa, que o preço do bolo na lanchonete interna da instituição chegava a ser quase duas vezes mais o valor da mesma preparação oferecida fora da faculdade.

Os que optaram por 6% escrevendo em “outra opção” comentaram que um dos motivos seria o bom atendimento. Um dos entrevistados afirmou que “mesmo não tendo as diversas opções de pagamento, o atendimento muda tudo”. Já outro voluntário comentou que “o atendimento é melhor que o da instituição”. Ou seja, o bom tratamento ofertado aos clientes propicia uma fidelidade para os consumidores, que se sentem atraídos pela boa recepção. Além desses fatores, outro participante respondeu que o motivo por optar pela comida de rua é devido ao “ambiente externo ser mais agradável”, o que mostra que apesar de informal, as barraquinhas localizadas próximo à

instituição ainda conseguem dispor de um bom ambiente mesmo com pouca estrutura.

Gráfico 04: Nível de satisfação dos estudantes quando aos lanches ofertados pelos ambulantes.



As preparações ofertadas em vias públicas são consumidas de forma inconsciente, muitas vezes as pessoas compram aquele alimento não porque realmente necessita e sim porque aquele alimento despertou nelas o desejo de consumo (BITTER; BITAR, 2012). Baseado nessa afirmação, foi elaborada a pergunta que analisava se as opções ofertadas estava satisfazendo seu público-alvo.

Quase metade está satisfeito com as opções oferecidas pelos ambulantes, no entanto uma parcela significativa não está plenamente contente com esses lanches. Apesar da instituição analisada possuir dez barraquinhas aleatórias comercializando “comidas de rua”, pode-se notar que ainda falta algo que tenha um diferencial entre os que já existem. Uma boa opção seriam novas ofertas de confeitaria, pois preparações do tipo são pouco exploradas no meio onde o “arrumadinho” e os sanduíches reinam entre os estudantes.

Gráfico 05: Preocupação dos estudantes com a higiene e procedência da fabricação dos lanches ofertados.

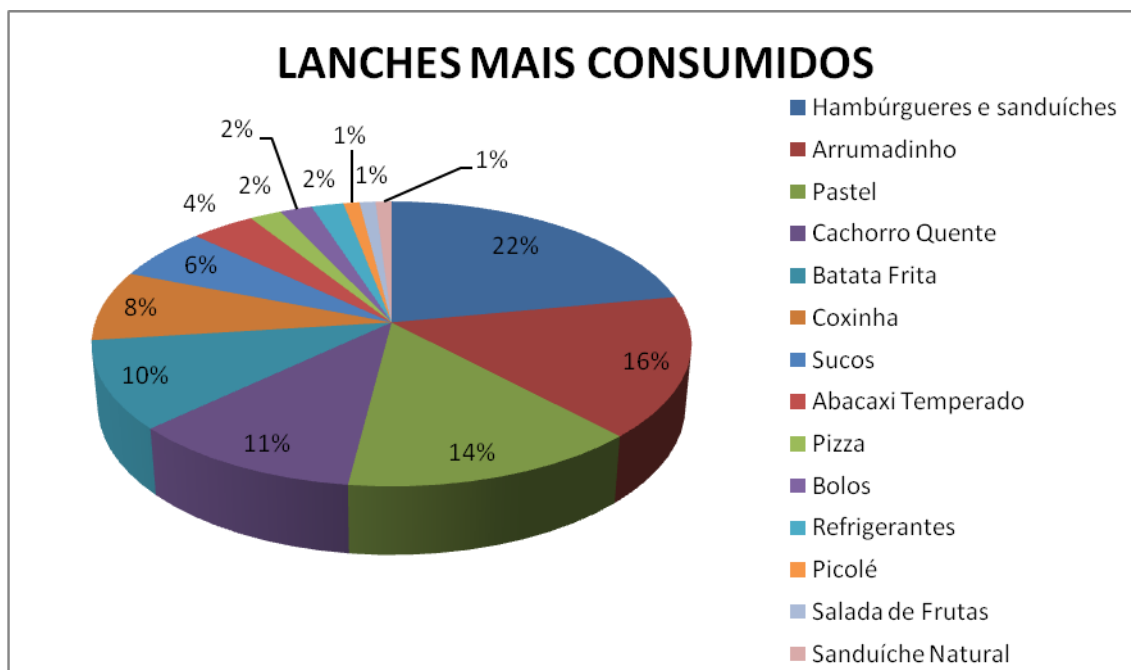


Com uma infraestrutura tão aquém dos padrões, os trailers que ofertam comidas de rua muitas vezes não podem oferecer uma higiene adequada: na maioria das vezes não possuem água potável e os manipuladores – muitos deles jovens e crianças – não lavam as mãos e materiais utilizados frequentemente (BEZERRA; MANCUSO; HEITZ, 2014). Isso fica visível para os consumidores, que possuem fácil acesso ao preparo dos lanches enquanto frequentam essas barraquinhas. Com base nesses dados, uma das perguntas da pesquisa foi analisar se os estudantes da faculdade Estácio se preocupam com a higiene das “comidas de rua” ofertadas.

Como mostra os resultados, 44% leva a questão da higiene em consideração ao consumir esse tipo de alimentação. A questão da higiene é fundamental, qualquer espécie de descuido que leve à contaminação pode ser crucial para quem o consome (LUCCA, 2002). Uma das entrevistadas comentou que repercutiu muito a história de uma garota que após consumir um pastel numa das barraquinhas dos ambulantes, teve que ser levada ao hospital. Esse é um dado que afeta diretamente a clientela daquela barraca que ofertou esse lanche contaminado: com o fato se espalhando, cria-se um receio em consumir aquele produto por um tempo. Dessa forma, qualquer contratempo pode ter grandes consequências.

No entanto, um número expressivo ainda que tenha noção dos perigos e se preocupe em partes, não vão atrás de mais detalhes ou consomem mesmo assim, colocando em risco a própria saúde.

Gráfico 06: Lanches mais buscados pelos estudantes.



Com um público cada vez mais exigente, os manipuladores têm buscado ofertar uma maior variedade e descobrir o que pode agradar o paladar dos consumidores (CARDOSO; SANTOS; SILVA, 2015). A última pergunta do questionário foi elaborada a fim de descobrir quais os lanches que os estudantes mais consomem no dia a dia.

Segundo a pesquisa, os hambúrgueres e sanduíches são os lanches mais procurados pelos estudantes, seguido de “arrumadinho” com um valor um pouco menor. O sucesso dessas duas preparações ficou explícito durante a execução da pesquisa, pois na maioria das vezes quando foram abordados, vários estudantes estavam terminando de consumir algum sanduíche ou “arrumadinho”.

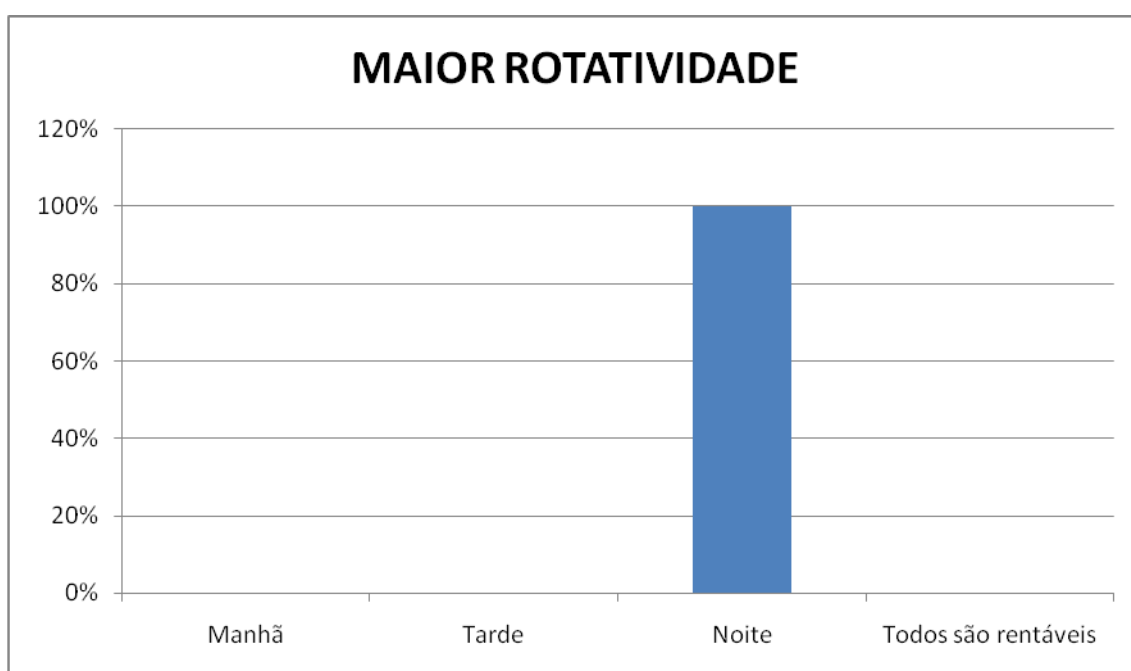
Vale a pena ressaltar que o “arrumadinho”, junção de carne frita, arroz, farofa e creme de galinha, foi bastante comentado durante a pesquisa como uma preparação que substitui a janta de quem não tem tempo de comer em

casa. Salgados como pastéis e coxinhas também possuem um público significativo, tais quais, a batata frita e o cachorro quente.

5.2 AMBULANTES

Para os ambulantes que comercializam essas preparações foram conseguidas dez entrevistas, número total de barraquinhas externas próximos à instituição escolhida. Foram coletadas entrevistas com todos os vendedores possíveis no lugar.

Gráfico 07: Turnos de maior rotatividade.

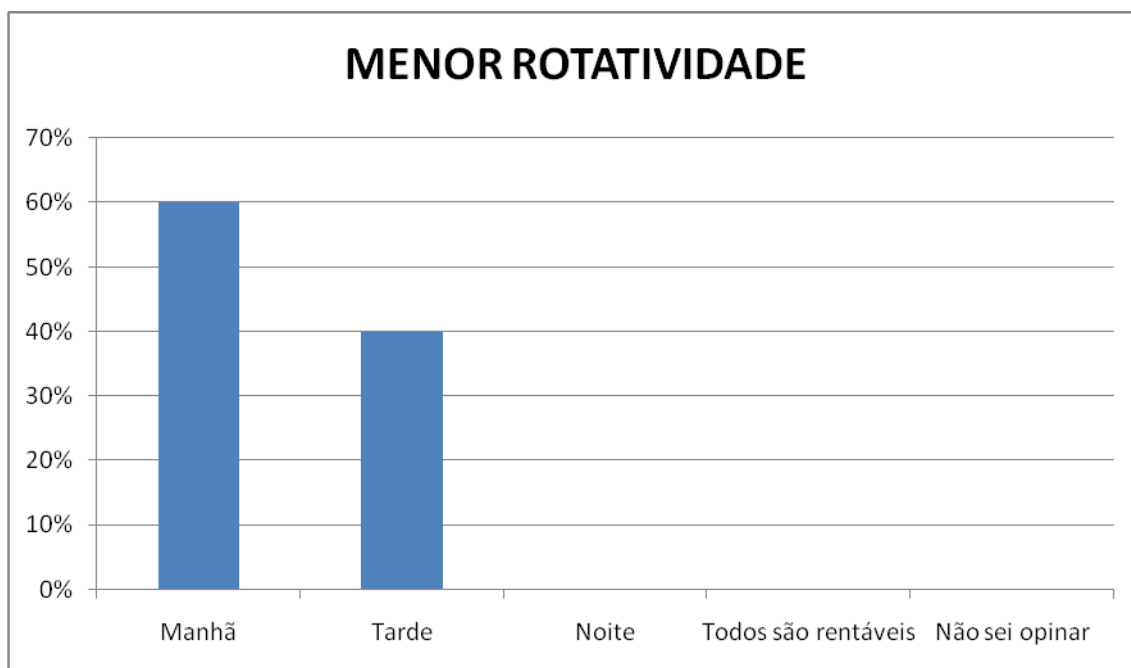


Existe um grande público que consomem comidas de rua, e segundo estudos, o número de ambulantes que ofertam essas preparações cresce bastante, pois veem na atividade um baixo investimento com bom retorno (SOUZA; SANTOS; ANDRADE, 2015)

Como mostram os resultados da pesquisa, os vendedores foram unânimes em dizer que o horário noturno é o mais rentável. Durante a pesquisa, ficou nítido que o momento em que há mais concentração de

peças é à noite, principalmente, comparado com os turnos matutino e vespertino.

Gráfico 08: Turnos de menor rotatividade.



60% dos ambulantes destacaram que o turno de menor rotatividade é o matutino, e 40% comentou que seria o vespertino.

Pela manhã, não existem barraquinhas comercializando “comidas de rua” próximo à instituição pesquisada. As atividades comerciais dos ambulantes iniciam no final da tarde a partir das 17h, se estendendo até o fim do horário de aula dos alunos, 22h.

A terceira pergunta se tratava de um questionamento subjetivo, onde os vendedores deveriam informar os lanches com maior saída e menor saída em seus respectivos trailers.

Vale destacar que nove das dez barraquinhas analisadas vendem mais de dois tipos de preparações. Uma das vendedoras entrevistadas, comercializa apenas batata-frita, conseqüentemente, informou que esse era o lanche com mais saída e, por não oferecer nenhuma outra preparação não foi possível informar o lanche de “menor aceitação”. O mesmo acontece com o

vendedor que comercializa exclusivamente pastel: escreveu esse como o lanche de maior saída e também deixou em branco o espaço de “menor aceitação”.

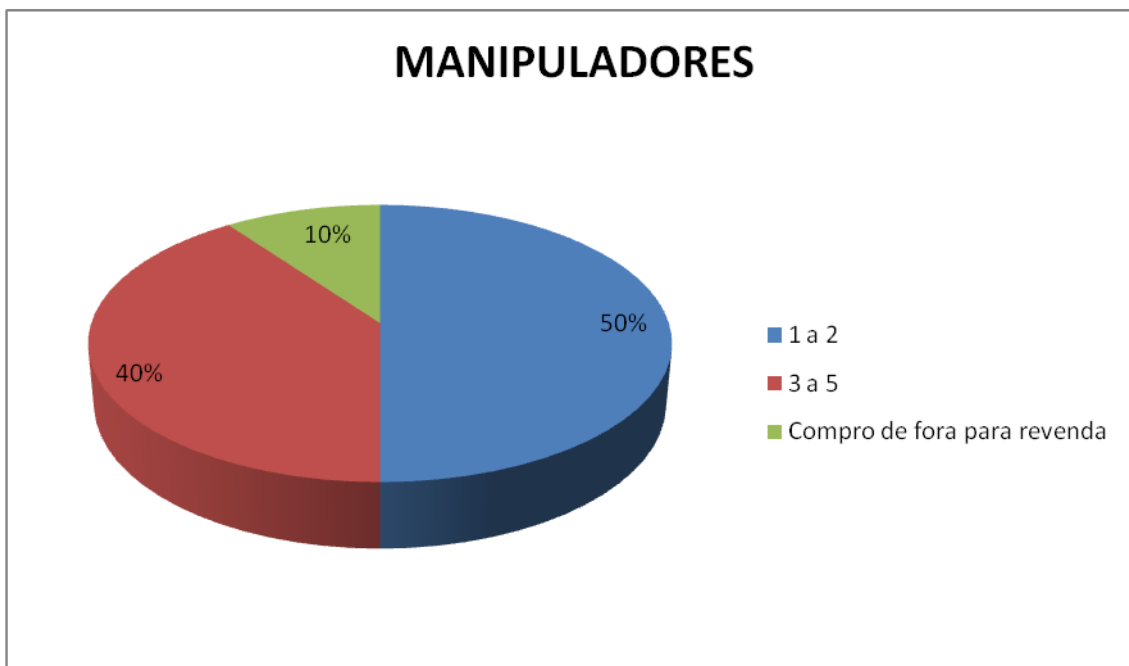
Três ambulantes afirmaram que “arrumadinho” era o lanche mais vendido em suas respectivas barracas. Com relação ao lanche menos vendido dois comentaram que eram salgados em geral e uma comentou que era o cachorro quente.

Um dos trailers têm como foco oferecer mini-pizza feita na hora. A idéia parecia ser ótima, mas devido à crise financeira e à concorrência, o dono da barraca comentou que foi necessário ampliar suas ofertas no intuito de atrair mais clientes. Esse vendedor respondeu que o lanche que mais tem saída é a pizza, e o de menor saída seria o “hambúrguer”, que começou a ser comercializado há pouco tempo em seu ponto.

Uma das barraquinhas entrevistadas dispõe de um diferencial que devido ao sucesso, chegou a ser copiado em outras barracas: o abacaxi temperado. Se trata da fruta cortada em cubos na casca e regados com mel. O vendedor escreveu rapidamente que esse era o produto com maior aceitação no local. E com menor aceitação em sua barraca, veio a pizza.

As barraquinhas que focam em sanduíches como principal refeição dispõem de um cardápio variado que vai de misto quente a até 6 tipos de hambúrgueres. Dois vendedores que se destacam nesse tipo de preparação comentaram que o lanche com maior saída é o hambúrguer, quanto ao lanche de menor saída um afirmou ser o misto quente, sanduíche feito à base de pão, presunto e queijo, já o outro afirmou que todos os lanches são rentáveis.

Gráfico 09: Número de manipuladores na produção dos alimentos fabricados.

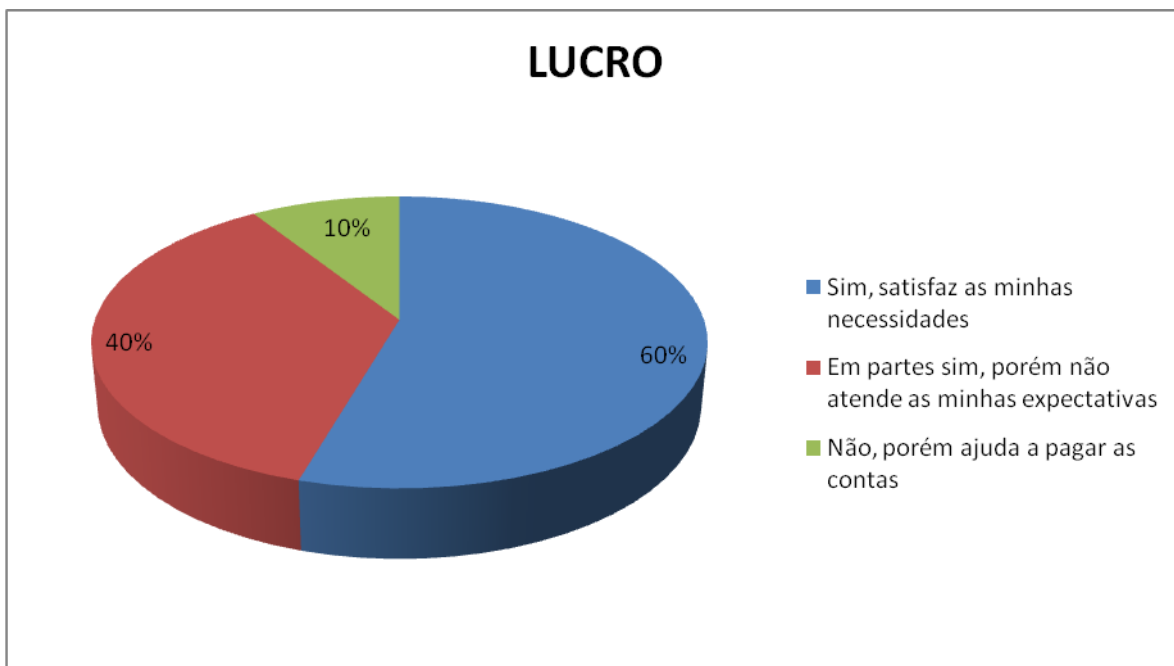


Giovanna Souza afirma que as bactérias presentes nas mãos de manipuladores podem durar dias se o manipulador não seguir as orientações corretas de higiene no preparo dos alimentos. Sendo assim, quanto maior o número de manipuladores, maiores fatores de risco para os consumidores.

Como o gráfico revela, metade deles contam com apenas 2 manipuladores na hora de produzir as preparações. 50% respondeu que 1 a 2 pessoas realizam os procedimentos, 40% comentou que 3 a 5 pessoas participam do processo e 10% comentaram que compram de fora para revender.

O quinto questionamento da enquete foi formulado o intuito de apurar se os ambulantes estão satisfeitos com o retorno financeiro das suas barracas: “O lucro recebido compensa?”

Gráfico 10: Satisfação dos ambulantes em relação ao lucro obtido com a venda dos lanches.

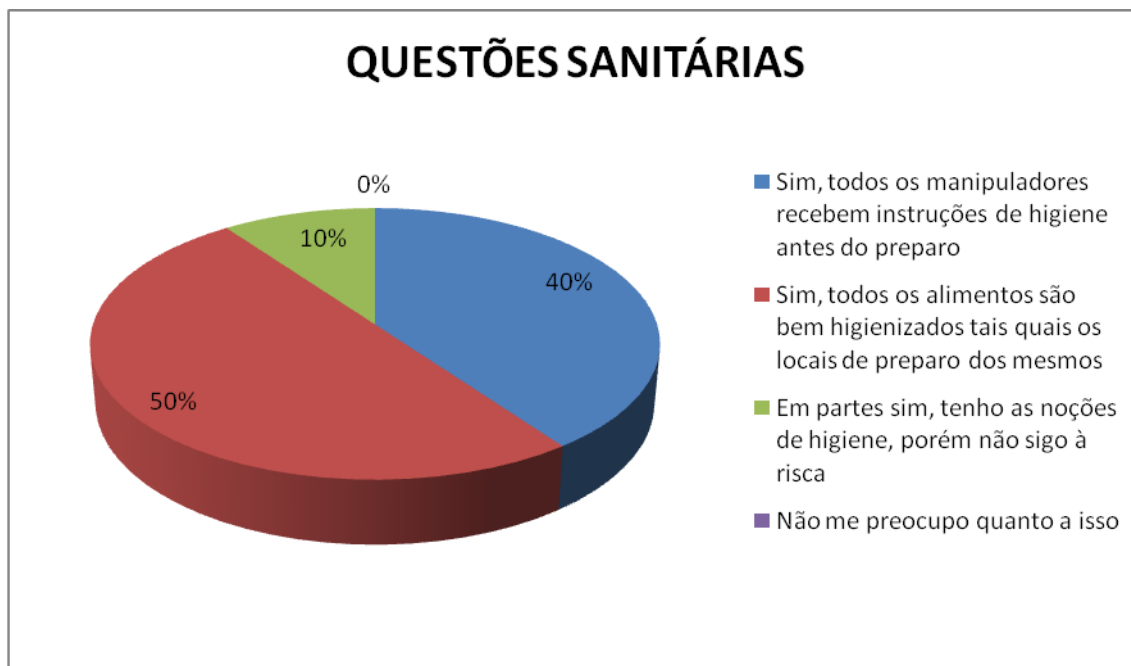


Segundo uma pesquisa realizada com ambulantes que comercializam comidas de rua na América Latina, a renda obtida com essas preparações chega a ser até 10 vezes maior que o salário mínimo vigente dos países pesquisados (CARDOSO, 2009).

Na pesquisa realizada, mais da metade dos entrevistados se mostraram satisfeitos com o resultado das vendas de suas preparações. No entanto, uma parcela significativa não se mostrou plenamente satisfeita: 40% disseram que o lucro compensa apenas em partes enquanto 10% não se sente satisfeito com o retorno obtido.

Uma das vendedoras informou que ganha apenas o necessário investindo nesse mercado, enquanto outro vendedor afirmou que a barraquinha era apenas uma extensão de seu restaurante, sendo assim uma forma de lucro extra pra ele.

Gráfico 11: Nível de preocupação dos ambulantes com as questões higiênico-sanitárias na produção dos alimentos.



Segundo uma pesquisa de Daniel Bitter, que analisava o ofício das baianas que vendem acarajé, muitas dessas vendedoras foram reprovadas no curso realizado pelo Senac “Acarajé 10” no qual um dos objetivos era informar sobre higiene alimentar, além de visitas da vigilância sanitária na casa delas. A maioria não ficou de acordo com as práticas do curso, no qual incluíam várias substituições na metodologia.

Segundo a pesquisa realizada na faculdade Estácio CEUT, 90% dos ambulantes se mostraram preocupados com as noções de higiene necessárias, no entanto 10% afirmaram não seguir a risca as regras de higiene. Os vendedores que afirmaram se preocupar quanto a isso, comentaram que a fiscalização com os manipuladores é constante: desde a hora do preparo à hora da montagem, são cobrados com luvas e lavar de mãos é um hábito frequente.

Um dos vendedores que possui um restaurante além da barraquinha, comentou que tanto na barraquinha quanto no estabelecimento fixo, a preocupação com a higiene é uma constante. Entre as conversas coletadas, esse vendedor demonstrou bom conhecimento dos hábitos, relatando práticas como lavagem de utensílios e alimentos separadamente e riscos de contaminação cruzada.

Até 2013 a instituição avaliada contava com apenas 4 ambulantes comercializando “comidas de rua”. De 2014 pra cá, o número de vendedores no local quase triplicou. O sétimo questionamento da enquete foi averiguar como os vendedores analisam a questão da disputa de público entre as barraquinhas: “Como você lida com a concorrência?”.

A maioria dos ambulantes afirmaram não se preocupar quanto a isso, um vendedor afirmou que cada barraca tem seu público e dessa forma existe espaço para todos. No entanto, dois vendedores reclamaram que há alguns anos não existiam essa grande oferta de barraquinhas próximos a instituição. “Não tinha nem metade disso, era tudo mais fácil”, comentou um deles. Com a chegada de novos concorrentes, R.V. de Sousa viu seu público diminuir, o que acarretou num prejuízo maior: demissão de funcionários e trabalho dobrado pra conseguir realizar tudo. Hoje, R.V. de Sousa trabalha sozinho.

Já outra vendedora fez questão de ressaltar a boa convivência com os companheiros: “No dia a dia somos comunicativos, suprimos necessidades na falta de produtos. Ou seja, nos damos bem”, escreveu na enquete.

Um dos motivos que levam muitos consumidores a optarem por comidas de rua é o bom atendimento. As baianas que comercializam acarajé, por exemplo, acabam se tornando amigas dos clientes, e muitos deles têm respeito por elas. Mensagens de paz ditas aos consumidores no fim do atendimento como “que lansa lhe proteja” agradam aos clientes (BITTER, 2012). Baseado nisso, foi elaborada a oitava e última pergunta do questionário: “Como você procura atrair a clientela?”.

Dentre as respostas, a maioria dos entrevistados escreveu: “respeito e ofertando produtos de qualidade”. Já o “bom atendimento” foi uma resposta unânime, e três desses vendedores complementaram a resposta finalizando que o bom humor e a simpatia são fundamentais. Uma das barraquinhas chamou atenção pela forma como o vendedor ia de mesa em mesa conversar com os clientes.

Durante a pesquisa com os consumidores, alguns voluntários chegaram a comentar que um dos motivos que levam a consumir as preparações daquele

trailer em específico era devido à forma como eram bem tratados. O dono do estabelecimento questionava e fazia brincadeiras com todos os consumidores na mesa, essa situação foi observada em todos os dias de pesquisa. Esse é um dos fatores que ajudam a fidelizar o cliente, não à toa o trailer daquele vendedor era o que recebia mais público.

6. CONCLUSÕES

De acordo com os resultados obtidos, pôde-se concluir que a comida de rua possui maior aceitação entre os estudantes devido ao preço mais acessível em comparação às demais ofertas, como por exemplo, os lanches internos ofertados na instituição. Enquanto um salgado dentro da faculdade pode custar até 5,00, a mesma preparação fora da faculdade é encontrada por 4,00 e o cliente ainda ganha suco ou refrigerante de brinde. Dentre os entrevistados é uma preocupação visível independente do status financeiro, sendo essa relação custo-benefício um fator relevante entre os estudantes de classes A a D.

Dentro do seguimento de mercado aplicado à comida de rua, verifica-se que sanduíches e salgados em geral são uma boa opção de investimento pra quem busca abrir algo: são os itens com maior saída e procura dentre os estabelecimentos pesquisados. Devido à extensa demanda, é um mercado bastante lucrativo pra ser comercializado próximo às instituições de ensino.

Apesar de dispor de pouco tempo para se alimentar, os estudantes também buscam preparações que levam mais tempo para serem preparadas, como sanduíches especiais ofertados nos trailers que podem levar até 20 minutos para ficarem prontos.

A questão da higiene é uma preocupação maior entre os ambulantes dos que o público-alvo, durante a entrevista todos pareceram preocupados com essa questão e a maioria soube informar os procedimentos de pré-preparo dos alimentos, alguns até comentaram o que deve e o que não deve ser feito.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, W; TENSER, C. **Gastronomia Cortes e Recortes Vol. 1**. Senac. 2006. 261p.

BELUZZO, Rosa. **A história da Gastronomia**. Senac. 2009. 137p.

BERVIAN, P.; CERVO, A; **Metodologia Científica**. Pearson. 2007. 242p.

BEZERRA, A.C.D; MANCUSO, A.M.C; HEITZ, S.J.J. Alimento de rua na agenda nacional de segurança alimentar e nutricional: um ensaio para a qualificação sanitária no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, RJ, v.19 n.5, May 2014. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232014000501489&lang=pt. Acesso 30 abril. 2016.

BITTER, D; BITAR, N.P. Comida, trabalho e patrimônio. Notas sobre o ofício das baianas de acarajé e das tacacazeiras. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, RS, v.18, n.38, July/Dec. 2012. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832012000200009&lang=pt. Acesso 1 maio, 2016.

CARDOSO, R.C.V; SANTOS, S.M.C; SILVA, E. O. Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, RJ, v.14 n.4, July/Aug. 2009. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232009000400027&lang=pt. Acesso 29 abril, 2016.

INSTITUTO AMERICANO DE CULINÁRIA, tradução Renata Lucia Botini **CHEF PROFISSIONAL**. Senac. 2011. 1235p.

CURI, J.D.P. **Condições microbiológicas de lanches (cachorro quente) adquiridos de vendedores ambulantes, localizados na parte central da cidade de Limeira**. 2006. 110p. Dissertação (Mestrado) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 2006.

DAVIES, Carlos Alberto; **ALIMENTOS E BEBIDAS**. Educ. 2010. 253p.

FLANDRIN, J.L; MONTAMARI, M; **História da Alimentação**. Estação Liberdade. 885p.

FREUND, Francisco Tommy. **Alimentos e bebidas - uma visão gerencial**. Senac. 207p.

LUCCA, A; TORRES, E.A. Condições de higiene de "cachorro-quente" comercializado em vias públicas. **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, SP, v.36, n.3, June 2002. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102002000300015. Acesso 1 maio, 2016

PADILHA, Alexandre. **Resolução do Conselho Nacional de Saúde sobre ética em pesquisa, resolução CNS 466/2012**. 2012. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>>. Acesso em: 1 maio, 2015.

PASSOS, D.R; GIGANTE, D.P; MACIEL, F.V. et al. Comportamento alimentar infantil: comparação entre crianças sem e com excesso de peso em uma escola do município de Pelotas, RS. **Revista Paulista de Pediatria**. São Paulo, SP, v.33, n.42, 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rpp/v33n1/pt_0103-0582-rpp-33-01-00042.pdf. Acesso 1 maio, 2016

SOUZA, G.C; SANTOS, C.T.B; ANDRADE, A.A. Comida de rua: avaliação das condições higiênico-sanitárias de manipuladores de alimentos. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, RJ, v.20 n.8, Aug 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232015000802329&lang=pt Acesso 2 maio, 2016

TOMINATSU, C.E; FURTADO, S.M. **Formação em Gastronomia - Aprendizagem e Ensino**. Boccato. 211p.

ANEXOS

APÊNDICE A



QUESTIONÁRIO CONSUMIDORES

1 – Com que frequência você opta por comer os lanches ofertados pelos ambulantes?

- ☐ 1 até 3 vezes na semana
- ☐ Geralmente todo dia
- ☐ Prefiro comer na própria lanchonete da instituição
- ☐ Raramente consumo

2 – Quais as opções de lanche que você busca ao sair da faculdade?

- ☐ Preparações rápidas que já estejam prontas para consumo
- ☐ Sanduíches feitos na hora
- ☐ Saladas e sucos em geral
- ☐ Prefiro doces e balas

Outra opção? Especifique:

3 – Por qual motivo você optou pelo lanche ofertado fora da faculdade ao invés da lanchonete interna da instituição?

- ☐ Melhor preço
- ☐ Os lanches ofertados são mais atraentes

- ☐ Rapidez no preparo
- ☐ Influência de amigos

Outro motivo? Especifique:

4– Você se vê satisfeito(a) com as opções ofertadas pelos ambulantes?

- ☐ Sim, ela atende às minhas expectativas
- ☐ Sim, em parte
- ☐ Não me vejo satisfeito(a), porém consumo por falta de mais opções
- ☐ Não consumo esses lanches

5 – Você se preocupa com a higiene na produção dos alimentos?

- ☐ Sim, me importo com a manipulação de quem fabrica o alimento
- ☐ Em partes sim, porém não procuro mais informações
- ☐ Sei e me preocupo com os riscos, porém consumo mesmo assim
- ☐ Não me preocupo quanto a isso

6 – Cite dois lanches que você mais consome nas barracas de ambulantes durante a semana:

Assinatura do voluntário

Assinatura do pesquisador

APÊNDICE B



QUESTIONÁRIO AMBULANTES

1 – Quais os turnos de maior rotatividade?

MANHÃ	TARDE	NOITE	TODOS SÃO RENTÁVEIS	NÃO SEI OPINAR

2 – Qual o turno de menor rotatividade?

MANHÃ	TARDE	NOITE	NÃO SEI OPINAR

3 – Qual tipo de lanche tem MAIOR e MENOR aceitação?

Maior: _____

Menor: _____

4 – Quantos manipuladores realizam o preparo?

[] 1 a 2 manipuladores

[] 2 a 5 manipuladores

[] Compro de fora para revenda

5 – O lucro recebido compensa?

- ☐ Sim, satisfaz as minhas necessidades
- ☐ Em partes sim, porém não atende as minhas expectativas
- ☐ Não, porém ajuda a pagar as contas

6 – Você se preocupa com as condições sanitárias na produção dos alimentos?

- ☐ Sim, todos os manipuladores recebem instruções de higiene antes do preparo
- ☐ Sim, todos os alimentos são bem higienizados tais quais os locais de preparo dos mesmos
- ☐ Em partes sim, tenho as noções de higiene, porém não sigo à risca
- ☐ Não me preocupo quanto a isso

7 – Como você lida com a concorrência?

8 – Como você procura atrair a clientela?

Assinatura do voluntário

Assinatura do pesquisador

APÊNDICE C



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: Avaliação do interesse dos estudantes por “comidas de rua” ofertadas próximos Instituições de Ensino Superior (IES) de Teresina-PI.

Pesquisador Responsável: Yuri França Rocha

Orientador(a): Profa Esp. Iasmine de Melo Barbosa

O (A) sr (a) está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa - “O interesse dos estudantes por lanches rápidos ofertados próximos a locais de estudo” - com o intuito de coletar informações para realização do trabalho de conclusão de curso de Tecnologia em Gastronomia, do IFPI.

Para o estudo adotaremos os procedimentos de pesquisas por meio de formulários específicos, com perguntas direcionadas a ambulantes e consumidores.

Para participar você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido (a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar.

Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pelo pesquisador

O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. O (A) Sr (a) não será identificado em nenhuma publicação que possa resultar deste estudo, bem como seu nome ou o material, que indique sua participação, não será liberado sem a sua permissão. Estando ainda, os resultados da pesquisa, à sua disposição quando finalizada.

Ao participar deste estudo o (a) sr (a) permitirá que o pesquisador lhe faça perguntas e divulgue suas análises obtidas. Serão realizadas perguntas aos consumidores sobre as preparações realizadas, avaliando preferências e envolvendo questões sanitárias. Aos ambulantes serão realizadas perguntas acerca da popularidade do mercado e métodos de manipulação dos alimentos.

Todas as informações pessoais coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente as preferências dos consumidores serão divulgadas no trabalho, dados restantes como nome ou telefone apenas o pesquisador e o (a) orientador (a) terão conhecimento.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem.

Consentimento Livre e Esclarecido

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu _____ de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa “O interesse dos estudantes por lanches rápidos ofertados próximos a locais de

estudo”, o qual fui informado (a) dos objetivos, de maneira detalhada e clara de modo a esclarecer minhas dúvidas.

O (A) sr (sra) tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para o (a) sr (sra). Sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa através do telefone (86) 988196124, contato do pesquisador do projeto.

Declaro que recebi cópia deste termo de consentimento, e autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo. Estou ciente de que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar.

Assinatura do Participante da Pesquisa

Assinatura do Pesquisador

Assinatura do Orientador