

**HOTEC - FACULDADE DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA, GASTRONOMIA E
TURISMO EM SÃO PAULO**

Everton Rodrigues Silva

**PÚBLICO-ALVO DOS RESTAURANTES VEGETARIANOS DA CIDADE DE SÃO
PAULO: UM ESTUDO SOBRE OS HÁBITOS DE CONSUMOS DOS CLIENTES
NÃO-VEGETARIANOS**

**SÃO PAULO, SP
2008**

**HOTEC - FACULDADE DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA, GASTRONOMIA E
TURISMO EM SÃO PAULO**

Everton Rodrigues Silva

**PÚBLICO-ALVO DOS RESTAURANTES VEGETARIANOS DA CIDADE DE SÃO
PAULO: UM ESTUDO SOBRE OS HÁBITOS DE CONSUMOS DOS CLIENTES
NÃO-VEGETARIANOS**

**Monografia de Conclusão do Curso de Pós-Graduação
Lato Sensu em Gestão de Negócios Gastronômicos,
sob orientação do Prof. Ms. Antonio Máximo Borba.**

**SÃO PAULO, SP
2008**

DEDICATÓRIA

Dedicamos esta monografia especialmente a todos os veganos, vegetarianos, semi-vegetarianos e consumidores ocasionais de refeições sem carne. Esperamos que o conteúdo deste trabalho esteja, de alguma forma, a serviço de empreendedores do segmento de bares e restaurantes, como apoio a seus negócios e como forma de motivar uma consciência maior entre todos, onde o meio-ambiente, o planeta e os animais são respeitados e não sofram os abusos tão comuns hoje em dia.

AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos aos familiares e amigos que estiveram conosco durante todo este tempo.

**Antes do compromisso,
há hesitação, a oportunidade de recusar,
uma ineficácia permanente.
Em todo ato de iniciativa (e de criação)
há uma verdade elementar
cujo desconhecimento destrói muitas idéias
e planos esplêndidos.
No momento em que nos comprometemos de fato, a
Providência também age.
Ocorre toda espécie de coisas para nos ajudar,
coisas de outro modo nunca ocorreriam.
Toda uma cadeia de eventos emana da decisão,
fazendo vir em nosso favor todo tipo
de encontros, de incidentes
e de apoio material imprevistos, que ninguém
poderia sonhar que surgiriam em seu caminho.
Começa tudo o que possa fazer,
ou que sonhas poder fazer
A ousadia traz em si o gênio, o poder e a magia.**

Johann Wolfgang von Goethe

**Libertação quer dizer conhecimento e assimilação
da Verdade através da experiência.**

Daskalos (Spyros Sathi)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
A COMENSALIDADE E OS RESTAURANTES	8
PRÁTICAS ALIMENTARES CONTEMPORÂNEAS.....	8
O PRODUTO RESTAURANTE	9
O MAPEAMENTO DO PÚBLICO-ALVO COMO FATOR DE SUCESSO DE UM RESTAURANTE.....	9
VEGETARIANISMO	11
CONCEITO	11
TIPOS DE DIETA DENTRO DO UNIVERSO VEGETARIANO	11
EXPANSÃO DO VEGETARIANISMO E CENÁRIO ATUAL	12
TIPOLOGIA DE RESTAURANTES VEGETARIANOS NA CIDADE DE SÃO PAULO	15
PÚBLICO-ALVO DOS RESTAURANTES VEGETARIANOS DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	16
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS DE PESQUISA	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
APÊNDICE A: REPRODUÇÃO PÁGINA WEB DINÂMICA COM QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO	7
APÊNDICE B: TABELAS COM RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO: SEMI-VEGETARIANO, SEM RESTRIÇÃO E NÃO-VEGETARIANO (SEMI-VEGETARIANO E SEM RESTRIÇÃO).....	1

Introdução

Nos últimos anos o número de pessoas com hábitos vegetarianos (total ou parcial abstinência de carnes) vem aumentando consideravelmente, em paralelo muito produtos foram criados para este público, desde uma maior oferta de produtos orgânicos nas prateleiras dos mercados a restaurantes requintados de alta-gastronomia. Foi objetivo do presente trabalho identificar este público com hábitos vegetarianos porém não-vegetarianos, que frequentassem restaurantes vegetarianos da cidade de São Paulo. O mercado de produtos vegetarianos parece crescer em paralelo ao mercado dos alimentos enquadrados na categoria saudável, ambos impulsionados pela preocupação progressiva da população brasileira com a saúde e a qualidade de vida. Aos restaurantes vegetarianos, interessa compreender os hábitos de consumo de todos os seus clientes, não sendo tão claro, num primeiro momento, as motivações dos não-vegetarianos. Um de nossos objetivos foi ajudar os proprietários destes restaurantes a entender o que faz um comedor ocasional ou freqüente de carnes, optar por um estabelecimento vegetariano, quais são seus hábitos, o que os impulsiona a consumir, quais são suas preferências. Este trabalho estudou o comportamento de consumo deste público não-vegetariano, freqüentador de restaurantes de culinária sem carne, localizados na cidade de São Paulo. Nossa expectativa era obter dados que: permitissem avaliar os principais fatores que motivam um não-vegetariano a optar por uma refeição sem carne, saber quais critérios são mais importantes na escolha do serviço de alimentação, levantar informações que fossem úteis no delineamento de novos restaurantes vegetarianos, ou mesmo na atualização dos já existentes.

Para contextualizar o negócio de restaurantes vegetarianos, o mercado atual e o vegetarianismo nosso trabalho inicia o primeiro capítulo tratando do assunto “A Comensalidade e os Restaurantes” falando sobre “Práticas Alimentares Contemporâneas”, “O Produto Restaurante” e “O Mapeamento do Público-Alvo como Fator de Sucesso de um Restaurante”. No segundo capítulo tratou-se do “Vegetarianismo”, abordando os seguintes assuntos: “Conceito”, “Tipos de Dieta Dentro do Universo Vegetariano”, “Expansão do Vegetarianismo e Cenário Atual” e “Tipologia de Restaurantes Vegetarianos na Cidade de São Paulo”. O terceiro e último capítulo “Público-Alvo dos Restaurantes Vegetarianos da Cidade de São Paulo” tratou da pesquisa propriamente dita, subdividido em: “Procedimentos Metodológicos” e “Análise e Interpretação dos Dados de Pesquisa”. Nos apêndices A e B foram inseridos uma cópia da página web com o questionário da pesquisa de campo e os resultados tabulados da mesma. Por fim, nas considerações finais procurou-se através de um olhar positivo algumas conclusões possíveis e úteis para este trabalho.

A Comensalidade e os Restaurantes

Práticas Alimentares Contemporâneas

De acordo com Jomori (2006), o fenômeno da urbanização tem alterado o estilo de vida dos indivíduos das grandes cidades, impondo-lhes condições que podem demandar adaptações na sua alimentação. A oferta cada vez maior de alimentos disponíveis pode estar contribuindo para aumentar a complexidade da escolha alimentar. O consumidor busca a novidade do mercado tanto para suprir a curiosidade, a demanda pela variedade de alimentos, como para facilitar a praticidade das refeições. Ela descreve a alimentação fora de casa como uma área que tem se expandido para a nova condição urbana e menciona que a adaptação do indivíduo para alimentar-se fora de casa tem ocasionado conflitos internos, no que diz respeito a ter que decidir onde, com quem e o que comer.

O setor de alimentação fora de casa deve atender às necessidades do homem, buscando adequar a refeição, sob o ponto de vista nutricional, higiênico-sanitário e sensorial. Existem três dimensões consideradas importantes no momento estrutural do processo produtivo de refeições, que podem levar à satisfação do comensal. São elas: técnica (equipamentos, alimentos e procedimentos operacionais da produção de refeições), científica (questões relacionadas aos alimentos e à relação entre os alimentos e o homem) e cultural (considera a representação simbólica do alimento). Importante ressaltar também a adequação da alimentação do comedor do ponto de vista da origem (étnica, regional e cultural), dos hábitos e costumes, da filosofia de vida, dos tabus e das preferências alimentares dos comensais (Jomori, 2006).

Em resposta à tendência de transição da alimentação feita em casa para o local de trabalho, o mercado dos serviços de alimentação no Brasil mudou significativamente nas últimas três décadas. Até os anos 1970, as propostas dos restaurantes, mesmo aqueles instalados em grandes capitais como São Paulo, eram muito parecidas entre si: os cardápios *à la carte* tinham pouca variação, em alguns estabelecimentos se destacavam pratos da culinária regional e em outros eram servidas receitas estrangeiras. Atualmente, a quantidade de ofertas nos cardápios é bastante significativa e representa uma mostra da culinária mundial; o negócio que era familiar e administrado de forma prática pelos donos, passou a ser encarado e administrado como uma empresa. Ao mesmo tempo, fruto da globalização e da abertura de mercado, a oferta de ingredientes nas prateleiras dos supermercados cresceu substancialmente; a indústria de alimentos tem incrementado a oferta de produtos que agilizam e facilitam a culinária (Oliveira, 2006).

O Produto Restaurante

O termo restaurante (do Francês *restaurer*, restaurar) surgiu no século XVI, com o significado de "comida restauradora", e se referia especificamente a uma sopa. O uso moderno da palavra surgiu por volta de 1765 quando um parisiense conhecido por Boulanger (padeiro em francês) abriu seu estabelecimento. O primeiro restaurante como o conhecemos (com clientes escolhendo porções individuais em um cardápio, aguardando em suas mesas, com horários fixos) foi o "*Grande Taverne de Londres*", fundado em 1782 por Antoine Beauvilliers, na rua de Richelieu, em Paris, que permaneceu 20 anos sem rival. Apesar das pousadas e tavernas serem conhecidas desde a antiguidade, estes estabelecimentos eram voltados a viajantes e, em geral, o povo das suas cidades raramente se alimentavam lá. O restaurante se firmou na França após a Revolução Francesa destituir a aristocracia, deixando um contingente de serviçais hábeis no trato com os alimentos, ao mesmo tempo em que muitos provincianos chegavam à cidade sem pessoas para cozinhar para elas, nem cartas de apresentação às famílias locais. O encontro desses dois públicos deu origem ao hábito de se fazer refeições fora de casa (Wikipedia, 2008).

Segundo Fonseca (2006) todo restaurante possui um conceito; do mais simples ao mais sofisticado, pressupõem-se em público-alvo, um ambiente, um tipo de comida, um tipo de serviço, diversos aspectos, enfim, que compõem esse produto restaurante.

O Mapeamento do Público-Alvo como Fator de Sucesso de um Restaurante

Para Marcondes e Bernardes (2004), o fracasso de muitos negócios está em arriscar-se em oferecer produtos e serviços aleatoriamente e aguardar os acontecimentos. A preocupação inicial de um empreendedor deve ser pesquisar vários segmentos de clientes e verificar qual terá mais possibilidade de adquirir o que se pretende oferecer. Interessa ao estabelecimento atender apenas a um reduzido número de segmentos de clientes, a fim de neles concentrar seus esforços, o que facilita a integração interna pela maior clareza dos alvos a serem atingidos. Segundo Franco (2005), a primeira preocupação ao definir um negócio de restaurante é a escolha do conceito mais apropriado para que as decisões a seguir tenham o foco correto.

Por intuição ou experiência, todo empresário competente do ramo de bares e restaurantes reconhece que a satisfação do cliente é essencial para a expansão ou mesmo sobrevivência do negócio e para atender bem o cliente, o primeiro passo é conhecê-lo. Nem sempre é fácil constatar a motivação

interna do consumidor, especialmente no ramo de bares e restaurantes. Vemos constantemente estabelecimentos bem montados, bem localizados e bem decorados, com boa comida e preços razoáveis inteiramente vazios. Outros, no entanto, desconfortáveis, feios e caros, vivem lotados. É que os consumidores não são apenas corpo, consciência e conta bancária. Carregam afeto, emoções e lembrança e têm uma visão real e outra ideal de si mesmos. Podem aceitar a realidade mas estão sempre em busca nos sonhos. Preferem ambientes alegres ou pelo menos socialmente agradáveis (Maricato, 2006).

Segundo Fonseca (2006), um restaurante que se propõe atingir determinado público deve criar produtos que venham a suprir os anseios de determinado grupo. Ele menciona ainda, que são infindáveis os motivos que levam as pessoas aos restaurantes e engana-se quem acha que é só pela alimentação ou pelo serviço. As pessoas podem buscar um restaurante pelos seguintes motivos: *status*, ambiente, clima, cardápio, curiosidade, preço, chefe de cozinha e estilo de serviço.

É um desafio criar um conceito de restaurante e dar-lhe uma existência real, atendendo às necessidades de um segmento de mercado bem definido e ultrapassando as estratégias da concorrência em relação a ele. Identificar tendências de mercado e decidir se há ou não viabilidade para segui-las é vital para a manutenção da competitividade. As tendências podem ser tanto um modismo como um novo padrão de comportamento que permanecerá ao longo do tempo. Mudanças de comportamento de compra associadas a mudanças culturais tendem a ser seguidas por longos períodos (Franco, 2005).

Vegetarianismo

Conceito

Segundo Winckler (1997), vegetarianismo é o regime alimentar segundo o qual, nada que implique em sacrifício de vidas animais deva servir à alimentação. Assim, os vegetarianos não comem carne e seus derivados, mas podem incluir em sua alimentação leite, laticínios e ovos. O regime vegetariano não é, pois, exclusivamente vegetal e seu nome não se origina de alimentação vegetal e, sim, do latim *vegetus* que significa “forte”, “vigoroso”, “saudável”.

De acordo com o site da Sociedade Vegetariana Brasileira (2008), ser vegetariano, do ponto de vista nutricional, significa apenas não se alimentar de carnes de qualquer tipo (vaca, frango, peixe, carneiro, avestruz, escargô, frutos do mar...) e nem de produtos que contenham esses alimentos. O vegetariano não come nada que fuja, esboce reação de fuga ou sofrimento quando está vivo. Se uma pessoa come algum tipo de carne, mesmo que ocasionalmente, ela não é vegetariana.

Tipos de Dieta Dentro do Universo Vegetariano

Levando-se em consideração as restrições alimentares e padrão de dieta escolhida, foram definidos 5 estratos ou sub-grupos dentro do vegetarianismo (Vegetarianismo com saúde, 2007), a saber:

- Ovo-lacto vegetarianismo: Não há ingestão de carne de qualquer tipo, mas mantém-se na alimentação ovos, leites e derivados.
- Lacto vegetarianismo: Semelhante ao anterior, só que mantendo somente leites e derivados, excluindo-se os ovos.
- Veganismo: Sem consumo de qualquer produto animal, o que inclui ovos e leite embutidos em massas, biscoitos e etc. Os veganos não utilizam nada que envolva uso de animais, o que inclui roupas e objetos de couro e pele, sabonetes, calçados e etc., nem mesmo medicamentos testados em animais.
- Crudivorismo: Nenhum alimento pode ser preparado a uma temperatura superior a 42 graus Celsius, tomando por base a temperatura máxima que um ser vivo pode alcançar de forma natural. Alimentam-se exclusivamente de alimentos crus (Franco, 2005).

- Frugivorismo: Espécie de vertente do crudivorismo, esta dieta permite apenas a ingestão de frutas e frutos. A alimentação pode ser complementada com nozes, avelãs, amêndoas e azeitonas.

De acordo com Franco (2005), existe ainda o grupo dos Ovo vegetarianos, que não consomem nenhum tipo de carne nem de laticínios, mas consomem ovos.

Muito próximo do universo do vegetarianismo estão os semi-vegetarianos. Semi-vegetarianos são aqueles que, geralmente antes de decidir parar de vez de alimentar-se de animais, se permitem comer, de vez em quando, algum tipo de carne, geralmente as brancas como frango, peixe e frutos do mar. Alguns, porém, aderem a esta dieta visando somente melhorias à saúde (Vegetarianismo com saúde, 2007).

Expansão do Vegetarianismo e Cenário Atual

Para Franco (2005), as características da vida moderna têm tornado as escolhas alimentares mais complexas, fazendo com que hábitos alimentares saudáveis, ou decisões alimentares que se pautam por questões éticas, espirituais ou ecológicas, pareçam tópicos fora de questão. Entretanto, conforme mencionado em seu trabalho, pode-se notar simultaneamente o crescimento da preocupação com a saúde, bem como com as conseqüências que o consumo e a produção de carne podem trazer para o planeta, sem falar na questão do bem-estar animal, fatores que têm estimulado cada vez mais pessoas a refletir sobre a sua dieta alimentar, com reflexos na decisão sobre a exclusão de carnes e, às vezes, dos demais derivados animais da dieta, resultando na opção pelo vegetarianismo.

Greif (2006) afirma que em nenhum país do mundo existem estatísticas confiáveis com relação ao número de vegetarianos existentes. Mesmo os países que parecem apresentar dados exatos às vezes se baseiam em informações não confiáveis. Portanto, dados confiáveis referentes a estimativas do número de vegetarianos no Brasil são inexistentes, porém no país verifica-se empiricamente, como no resto do mundo, um crescimento no número de praticantes e um aumento de interesse sobre o assunto. Índícios do aumento no número de vegetarianos podem ser percebidos através do aumento no número de restaurantes vegetarianos ou que oferecem opções vegetarianas, na oferta de produtos vegetarianos nos mercados, na quantidade de publicações que tem surgido sobre o assunto, no número de páginas que tratam do assunto na internet, no número de participantes em listas de

discussões sobre vegetarianismo, no número de eventos ligados ao vegetarianismo e no crescente número de participantes que acorrem a estes eventos.

Outro indício do aumento do interesse pelo vegetarianismo está no crescimento do segmento na Internet. Em 2000 o site Sítio Vegetariano, lançado em 1999, recebia cerca de 4 mil visitas por mês e contava com uns 300 sócios. A lista de discussão sobre vegetarianismo, veg-brasil, tinha cerca de 90 membros de todo o país e alguns de fora. Hoje o Sítio Vegetariano recebe 4 mil visitas por dia e um milhão de hits (cliques dentro do site) mensais. A lista veg-brasil tem em média uns 2000 membros permanentemente (Sítio Veg, 2008).

Comunidades relacionadas ao vegetarianismo não param de crescer no orkut (2008), site de relacionamentos mais freqüentado no Brasil. Além das comunidades de vegetarianos, como a Orgulhosamente Vegetariano, com 4951 membros, destacam-se as comunidades Eu queria ser vegetariano (3320 membros) e Sou quase vegetariano (833 membros).

A Sociedade Vegetariana Brasileira, fundada em 2003, apresenta em seu site (SVB, 2008) o relatório anual de 2006, confirmando sua representação em 105 cidades de 20 estados brasileiros, totalizando 416 filiados, dos quais 91 são da cidade de São Paulo (posição em 01/02/2007).

Grupos ativistas dos direitos dos animais, como o VEDDAS - Vegetarianismo Ético, Defesa dos Direitos Animais e Sociedade e o Pelo Fim do Holocausto Animal têm-se formado ano a ano. Manifestações pacíficas de conscientização vêm sendo promovidas por estes grupos, tal como a passeata do DIDA - Dia Internacional pelos Direitos dos Animais, que ocorreu em cinco capitais brasileiras no dia 9 de dezembro de 2007, tendo participação de 150 pessoas em São Paulo.

Segundo reportagem “Vegetarianismo Chique” (Época, 2006), a cultura contemporânea está repleta de referências vegetarianas. Até as animações infantis estão cheias de vegetarianos. Em Madagascar, um leão supera seus instintos para não almoçar seu amigo - uma zebra. O Espanta-Tubarões e Procurando Nemo mostram tubarões vegetarianos. Lisa Simpson, a irmã inteligente de Bart Simpson, do desenho animado Os Simpsons, se recusa a comer animais mortos. Phoebe, a loira do seriado Friends, também. Nos Estados Unidos, crianças e adolescentes aderem ao vegetarianismo em ritmo duas vezes mais rápido que os adultos. A antropóloga Gisela Black Taschner, especialista em tendências de consumo da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, afirma que “A nova geração possui um sentimento difuso de que comer carne é ruim e de que ser

vegetariano é, de alguma forma, ser superior”. O mercado já percebeu isso, e a venda de produtos saudáveis cresce 15% ao ano.

O site Sítio Veg (2008), traz indicadores deste crescente interesse pela alimentação sem carne. Um deles é o fato de duas das maiores indústrias de carne abrirem linhas vegetarianas. Certamente empresas como a Perdigão e a Sadia fizeram pesquisas para lançar sua linha vegetariana e devem ter constatado que é um nicho a explorar.

Fernanda Oruê, gerente de marketing da Sadia, alega que vegetarianos radicais são um grupo muito pequeno, havendo um crescimento acentuado do chamado hábito vegetariano: evitar o excesso de carne, principalmente vermelha. Para esse público, os grandes frigoríficos fazem hambúrgueres, quibes, lasanhas e nuggets de soja. Empresas menores produzem leite condensado de soja, creme de leite de soja - útil para estrogonofes à base de carne de soja -, ovos de Páscoa com leite de soja e até mortadela de soja. No rótulo de todos os produtos vêm estampados slogans como “escolha saudável” (Época, 2006).

No Brasil, 28% das pessoas "têm procurado comer menos carne", segundo uma pesquisa sobre hábitos alimentares feita pelo grupo Ipsos. É o segundo maior índice mundial, próximo ao canadense e maior que o britânico. Fica atrás apenas do registrado nos Estados Unidos (Época, 2006).

Paralelo a isso está a procura por uma alimentação saudável, balanceada e menos calórica por uma parcela crescente de consumidores que realiza refeições fora de casa. Isto faz com que os alimentos naturais, *light* e *diet* ganhem um espaço cada vez maior na preferência da clientela e, não raro, protagonizem *menus* exclusivos. Uma tendência que se mostra irreversível desde os anos 1990 nos grandes centros urbanos, e cujo mercado aumenta 35% a cada ano (Cozinha Profissional, 2007).

Segundo Camargo (2008), a procura por produtos feitos à base de soja, principalmente as bebidas, aumentou 215% em quatro anos em São Paulo. Só neste ano, uma rede de supermercados de Bauru registrou crescimento de 30% na venda de sucos e leite de soja. A tendência, segundo comerciantes, é que as vendas continuem em alta porque a oferta de produtos que possuem soja em sua composição aumenta a cada ano. E as empresas descobriram que existe mercado para esses produtos.

O crescimento do interesse pela alimentação vegetariana cresce no Brasil como um todo, mas destaca-se nos grandes centros urbanos, tendo São Paulo como a cidade de maior número de vegetarianos filiados à Sociedade Vegetariana Brasileira. Em 01 de fevereiro de 2007, eram 91 filiados na cidade de São Paulo, contra 30 no Rio de Janeiro, 14 em Curitiba, 18 em Porto Alegre, 20 em Florianópolis e 16 em Belo Horizonte (SVB, 2008).

O maior interesse aparece também no maior número de serviços de alimentação vegetariana. Existem cerca de 50 restaurantes vegetarianos na cidade de São Paulo (Avi Alkalay, 2008). De acordo com a Revista dos Vegetarianos (Guia de restaurantes, 2008), existem 56 restaurantes de culinária vegetariana na cidade de São Paulo, enquanto que no Rio de Janeiro são 15 restaurantes catalogados, 16 em Curitiba, 12 em Porto Alegre, 6 em Brasília, 4 em Florianópolis e 3 em Salvador. Entre vegetarianos e não vegetarianos, estima-se em 200 pessoas por dia, o número de clientes dos bons restaurantes vegetarianos (Cozinha Profissional, 2005).

Tipologia de Restaurantes Vegetarianos na Cidade de São Paulo

Segundo o Guia de restaurantes da Revista dos Vegetarianos (2008), dos 56 restaurantes vegetarianos da cidade de São Paulo, 32 são do tipo bufê, 13 *à la carte*, 6 trabalham com pratos fechados, 2 são pizzarias, 1 é do tipo bufê por peso, 1 mistura bufê com prato fechado e 1 trabalha tanto com prato fechado como com serviço *à la carte*. Dos 56 restaurantes, somente 10 funcionam após as 20 horas e destes, apenas 4 abrem no domingo à noite. Com relação ao couvert, 19 restaurantes apresentam ticket médio de até 13 reais; 29 apresentam ticket médio entre 14 e 20 reais e apenas 8 restaurantes possuem couvert médio acima de 21 reais.

Público-Alvo dos Restaurantes Vegetarianos da Cidade de São Paulo

A cidade de São Paulo, com seus milhares de habitantes, possui mais de 12.500 restaurantes, representando 42 etnias (Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo, 2008). Destes uma porcentagem muito pequena são restaurantes vegetarianos, porém este número vem aumentando enormemente nos últimos 5 anos, em vista de uma crescente preocupação da população com assuntos relacionados a saúde, alimentação saudável e orgânica, e o meio-ambiente.

Procedimentos Metodológicos

Foi desenvolvida uma pesquisa empírica, cujo procedimento metodológico principal foi a análise e interpretação dos dados obtidos a partir da pesquisa de campo. Nesta pesquisa de campo foram estudados os indivíduos do grupo denominado como *“não-vegetarianos frequentadores de restaurantes de culinária sem carne”*. O questionário apresentado a este grupo constava de perguntas diversificadas, abordando questões sobre os hábitos, preferências e motivações do público-alvo. Este questionário foi disponibilizado na internet em um endereço web, tendo sido desenvolvido em código de linguagem de computador para maior agilidade na captura e recepção dos dados oriundos da pesquisa.

Este recurso trouxe agilidade ao processo de pesquisa, elevou a qualidade e o número de respostas obtidas, e proporcionou maior conforto aos entrevistados, uma vez que foi possível responder o questionário no horário de sua preferência.

Como forma de evidenciar as respostas obtidas de não-vegetarianos, em meio a todos os questionários respondidos pela Internet, uma pergunta em relação ao regime alimentar foi incluída no questionário direcionado ao público. Somente os questionários dos de respondedores não-vegetarianos (semi-vegetarianos e sem restrições alimentares) foram analisados na composição deste trabalho. De toda forma, com esta abordagem, obteve-se mais um dado interessante: a proporção de clientes vegetarianos e não vegetarianos destes restaurantes.

Análise e Interpretação dos Dados de Pesquisa

O questionário aplicado contendo 10 perguntas (disponível como apêndice deste trabalho) teve por objetivo verificar e analisar os hábitos, preferências e motivações do público semi-vegetarianos e

sem restrições alimentares de restaurantes vegetarianos. A princípio, não houve como selecionar somente este público para responder a pesquisa. Desta forma, os questionários foram direcionados a todos aqueles que frequentam restaurantes vegetarianos. Posteriormente, foram selecionados para a análise somente os questionários de não-vegetarianos. Conforme mencionado acima, o questionário foi disponibilizado no formato de página web (Pesquisa Veg, 2008), tendo sido utilizada em suas páginas uma programação de código de linguagem de computador para que fosse facilitado o envio e captura dos dados.

Obteve-se um total de 60 respostas de pessoas do grupo dos “*não-vegetarianos frequentadores de restaurantes de culinária sem carne*”, subdivididos em::

- 43 pessoas com regime alimentar sem restrição
- 17 pessoas com regime alimentar semi-vegetariano

Ou seja, entre os não-vegetarianos, 71,6 % têm regime alimentar sem restrição, enquanto que 28,4 % têm regime alimentar semi-vegetariano.

Fora do grupo de não-vegetarianos foi obtido um total de 24 respostas ao questionário, indicando que, em geral, os restaurantes vegetarianos recebem um maior público de não-vegetarianos que de vegetarianos. O grupo de respondentes vegetarianos subdividiu-se em:

- 18 ovo-lacto-vegetariano
- 4 lacto-vegetariano
- 1 ovo-vegetariano
- 1 vegano

Com relação à idade dos não-vegetarianos incluídos na pesquisa:

- 1,6 % até 18 anos
- 20 % entre 19 e 25 anos
- 25 % de 26 a 30 anos
- 26,7 % entre 31 e 40 anos
- 26,7 % acima de 40 anos

Frente à pergunta: “*Com que frequência você opta por restaurantes vegetarianos?*”, a grande maioria (48,3 %) respondeu “*Ocasionalmente (algumas vezes opto por restaurantes de cozinha vegetariana)*”.

Já em relação à questão: “*Qual o tipo de serviço que você prefere?*”, a preferência maior foi pelo serviço “*Por quilo*” - 41,7 %, e “*Preço único com tudo incluso*” - 30 %. O restante, 28,3 %, optou entre os serviços a la carte, prato fechado e/ou outros.

Para o questionamento: “*O que faz você optar por um restaurante vegetariano?*”, a maior parte das pessoas disse preocupar-se em ter uma alimentação saudável: 46,7%. Houve uma enorme diferença para a segunda resposta mais freqüente, que foi: “*Me sinto mais leve após uma refeição vegetariana/vegan*” e “*Busco inovação culinária, pratos diferenciados, novos ingredientes*”, ambos com 13,3 % das respostas.

Dentre os critérios qualificados como “*Muito Importante*” na escolha de um restaurante vegetariano destacaram-se:

- “*Qualidade*” e “*Higiene e Limpeza*”: 90 % dos respondentes selecionaram estas opções.
- “*Preço justo e formas de pagamento*”: 65 % dos respondentes selecionaram este quesito.
- “*Atendimento*”: 51,6 % dos respondentes selecionaram esta item.

Dentre os critérios qualificados como “*Importante*” na escolha de um restaurante vegetariano destacaram-se:

- “*Ambiente*”: 68,3 % dos respondentes selecionaram esta opção.
- “*Localização*”: 61,7 % dos respondentes selecionaram este item.
- “*Atendimento*”: 45 % dos respondentes selecionaram este quesito.

Dentre os critérios qualificados como “*Pouco Importante*” na escolha de um restaurante vegetariano destacaram-se:

- “*Fatores especiais (...)*”: 78,3 % dos respondentes selecionaram este item.
- “*Horário*”: 16,7 % dos respondentes selecionaram esta opção.

Em relação ao que mais se sente falta em um restaurante vegetariano:

- “*Funcionamento no jantar*”: foi a resposta de 51,7% dos respondentes.
- “*Informações nutricionais de cada prato*”: foi a escolha de 40% dos respondentes.
- “*Cozinha mais elaborada*”: representou 36,7% das respostas desta questão.
- “*Alguma opção de carne*”: foi a opção de 18,3 % dos respondentes.
- “*Serviço*”: foi selecionada por 16,7% dos respondentes.
- “*Carta de vinhos*”: representou 10% das respostas desta questão.

- “*Musica ao vivo*”: foi a escolha de 5% dos respondentes.

Percebe-se que o funcionamento dos estabelecimentos no horário do jantar é a maior solicitação entre os entrevistados. Atualmente, poucos restaurantes parecem entender esta demanda, visto que apenas uma pequena parcela dos estabelecimentos de culinária vegetariana abrem para o jantar.

Na pergunta: “*Você consome produtos direcionados ao público vegetariano?*”, 31,6 % disseram que somente “*Às vezes*” enquanto que 30 % responderam que consomem “*Com frequência*”.

Na última pergunta do questionário *online*: “*O que mais lhe impulsiona a fazer uma refeição sem carne (em casa ou em algum restaurante)?*” os entrevistados confirmaram que a motivação para se privar da carne em alguma refeição está ligada aos seguintes critérios: 23,3 % - “*Não compactuar com o sofrimento animal*”, 26,6% - “*Cuidar da saúde*” e 25% - “*Experimentar novos sabores*”.

Considerações Finais

Este trabalho tratou particularmente das motivações da população sem-vegetariana e sem restrições alimentares em escolher um restaurante vegetariano para realizar uma refeição. Foram abordados na pesquisa de campo tanto itens referentes a escolha por uma refeição sem carne, como os pontos mais importantes na eleição do restaurante a se realizar esta refeição.

A partir dos dados obtidos da pesquisa de campo, foi possível observar que o fator que mais motiva não-vegetarianos a substituir a carne em alguma refeição é a preocupação com a saúde. Este resultado era previsto, com base no que foi indicado no referencial teórico desta monografia, dentro do sub-capítulo 2.3.

Em contrapartida, o consumo relativamente baixo de itens industrializados dirigidos ao público vegetariano (apenas 30% consome com frequência) parece indicar que este mercado é composto majoritariamente por vegetarianos. Este dado é especialmente importante, pois referencia uma parcela crescente da população que parece ser de fato vegetariana e consumidora de alimentos específicos para sua dieta. A demanda gerada por este grupo de consumidores pode justificar a crescente flexibilização de cardápios de variados restaurantes no sentido de incluir opções sem carne.

O item “saúde” apareceu novamente na pesquisa na definição do que impulsiona um não-vegetariano a fazer uma refeição sem carne. Entretanto, outro item interessante foi descrito nesta questão: os novos sabores. Este resultado propõe que uma parcela dos consumidores de restaurantes vegetarianos busca alguma variação de paladar, algo que fuja do padrão “carne e acompanhamentos”. Diferencial que poderia ser aplicado a restaurantes de qualquer tipo.

Com relação à assiduidade dos entrevistados às visitas aos restaurantes vegetarianos, o resultado não trouxe surpresa. Por ser uma pesquisa focada em não vegetarianos, não era de se esperar que a frequência fosse maior que ocasional.

Referências Bibliográficas

ALKALAY, Avi . São Paulo dos Vegetarianos. Disponível em: <<http://avi.alkalay.net/2007/09/sao-paulo-vegetariano.html>>. Acesso em: 19 janeiro 2008.

ARAÚJO, Rosana. Universo vegetariano oferece opções e sofisticação. Revista Cozinha Profissional. Edição 91, Ano 17 - Outubro/Novembro 2005.

BECK, Henz; PINOLI, Simone. Arte e Ciência do serviço. Editora Anhembi Morumbi: XXXX.

CAMARGO, Adilson. São Paulo: procura por derivados de soja sobe 215%. Disponível em: <http://www.paginarural.com.br/noticias_detalhes.asp?subcategoriaid=11&id=82933>. Acesso em: 19 janeiro 2008.

ÉPOCA. Vegetarianismo Chique. Revista Época. Edição de 11/06/2006.

EUROPANET. Guia de Restaurantes. Revista dos vegetarianos. Edição 16, Ano 2 - 2008.

EUROPANET. Vegetarianismo com saúde. Revista dos vegetarianos. Edição 1, Ano 1 - 2007.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário básico da língua portuguesa. São Paulo/Rio de Janeiro: Folha de São Paulo/Nova Fronteira, 1995.

FRANCO, Érica de Souza. Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de de São Paulo. Dissertação de Mestrado em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi, 2005.

GOOGLE INC. Orkut. Disponível em: <<http://www.orkut.com>>. Acesso em: 19 janeiro 2008.

GREIF, Sérgio. Quantos vegetarianos há no mundo? Disponível em: <<http://www.guiavegano.com/forum/viewtopic.php?t=171&sid=adfcc99b749ed07d66e200408507ea7f>> Acesso em: 19 janeiro 2008.

JOMORI, Manuela Mika. Escolha alimentar do comensal de um restaurante por peso. Dissertação

de Mestrado em Nutrição – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis 2006.

MARCONDES, Isabel e SILVA, Everton. Pesquisa Veg. Disponível em: <<http://www.tconibo.org/pesquisaveg/>>. Acesso em: 9 março 2008.

MARCONDES, Reynaldo Cavalheiro e BERNARDES, Cyro. Criando empresas para o sucesso. São Paulo: Saraiva, 2004.

MARICATO, Percival. Marketing para bares e restaurantes. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2004.

OLIVEIRA, Mario da Silva. Gestão de restaurantes: uma prática de hospitalidade. Dissertação de Mestrado em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi, 2006.

PANDOLFI, Ricardo. Bom, saudável e lucrativo. Revista Cozinha Profissional. Edição 99, ano 19 - Fevereiro/Março 2007.

POULAIN, Jean-Pierre. Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar. Tradução de Rossana Pacheco da Costa Proença, Carmem Sívila Rial e Jaimir Conte. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

PREFEITURA SP. Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.capital.sp.gov.br>>. Acesso em: 9 março 2008.

SÍTIO VEG. Vegetarianismo.com.br. Disponível em: <http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=1037&Itemid=122>. Acesso em: 19 janeiro 2008.

SVB. Relatório Anual da Sociedade Vegetariana Brasileira (2006). Disponível em: <<http://www.svb.org.br/vegetarianismo/relatorios-anuais/relatorio-anual-da-sociedade-vegetariana-brasileira.html>>. Acesso em: 19 janeiro 2008.

SVB. Sociedade Vegetariana Brasileira. Disponível em: <<http://www.svb.org.br/folhetos/Oqueeservevegetariano.htm>>. Acesso em: 09 de março de 2008.

WIKIPEDIA. Definição de Restaurante da Wikipedia. Disponível em:
<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Restaurante>>. Acesso em: 09 de março de 2008.

WINCKLER, Marly. Vegetarianismo: elementos para uma conversa sobre. Florianópolis: Rio Quinze, 1997.

Apêndice A: Reprodução Página Web Dinâmica com Questionário da Pesquisa de Campo

Ajude nos com a Pesquisa sobre Vegetarianos e Não Vegetarianos que frequentam Restaurantes Vegetarianos. Obrigado! - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda delicio.us

http://www.tconibo.org/pesquisaveg/

Pesquisa Público de Restaurantes Vegetarianos

Prezados(as),
Muito obrigado a todos que responderam o questionário. Conseguimos um total de 84 respostas, todas válidas e esclarecedoras, com alguns comentários bastante interessantes que incluiremos em nossa pesquisa. O trabalho será escrito com as respostas registradas até 2/março/08. A nossa previsão é disponibilizar a pesquisa concluída neste endereço no início de abril. Mais uma vez obrigado! (contato: punho@tconibo.org) Abaixo permanece disponível o formulário para a resposta do questionário, para aqueles que o desejarem.

Olá! Esta pesquisa tem o objetivo de fazer um levantamento do público de restaurantes vegetarianos. Trata-se de um trabalho de pós-graduação na área de gastronomia. Por favor, ajude-nos a completar nosso trabalho e também a melhorar a qualidade dos restaurantes vegetarianos.

[Imprimir](#) [Link Favoritos](#)

Qual a sua idade?

(Escolha com a opção que melhor representa sua resposta)

- Até 18 anos
- Entre 19 e 25 anos
- De 26 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- Acima de 40 anos

Qual o seu regime alimentar?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

- Sem restrições alimentares (consumo carnes brancas e vermelhas, laticínios, ovos, mel...)
- Semi-vegetariano (consumo eventualmente algum tipo de carne, especialmente carnes brancas)
- Ovo-lacto-vegetariano (não consumo carne de qualquer tipo, mas mantém ovos, leites e derivados em minha alimentação)

Concluído

Ajude nos com a Pesquisa sobre Vegetarianos e Não Vegetarianos que frequentam Restaurantes Vegetarianos. Obrigado! - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda delicio.us

http://www.tconibo.org/pesquisaveg/

- Semi-vegetariano (consumo eventualmente algum tipo de carne, especialmente carnes brancas)
- Ovo-lacto vegetariano (não consumo carne de qualquer tipo, mas mantenho ovos, leites e derivados em minha alimentação)
- Lacto vegetariano (não consumo carnes de qualquer tipo nem ovos, mantendo leites e derivados)
- Vegano (não consumo qualquer produto animal, o que inclui a exclusão de ovos, leites, derivados e mel)
- Crudívoro (consumo somente alimentos crus, não preparados a uma temperatura superior 42°C)
- Outros:

Com que frequência você opta por restaurantes vegetarianos?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

- Sempre (frequento exclusivamente restaurantes vegetarianos)
- Regularmente (dou preferência a restaurantes especializados em cozinha vegetariana)
- Ocasionalmente (algumas vezes opto por restaurantes de cozinha vegetariana)
- Raramente (dou preferência a outros tipos de cozinha)
- Outros:

Qual o tipo de serviço que você prefere?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

- Preço único com tudo incluso
- Por quilo
- Prato fechado, escolhendo entre opções específicas do dia
- A la carte (escolha a partir de um cardápio)
- Outros:

O que faz você optar por um restaurante vegetariano?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

- Sou vegetariano/vegano
- Me preocupo em ter uma alimentação saudável

Concluído

Ajude-nos com a Pesquisa sobre Vegetarianos e Não Vegetarianos que frequentam Restaurantes Vegetarianos. Obrigado! - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda deLicio.us

http://www.tconibo.org/pesquisaveg/

Me preocupo em ter uma alimentação saudável
 Me preocupo em perder peso, restaurantes vegetarianos são mais "light"
 Me sinto mais leve após uma refeição vegetariana/vegana
 Busco inovação culinária, pratos diferenciados, novos ingredientes
 Companhia de amigos/parceiro frequentador de restaurantes vegetarianos
 Proximidade do local de trabalho e/ou residência
 Preço mais convidativo
 Outros:

Quais critérios você considera mais importantes na escolha de um restaurante vegetariano?

(Para cada critério, marque a opção que melhor representa sua resposta)

Critério	Muito Importante	Importante	Pouco Importante
Qualidade (apresentação, variedade e sabor dos alimentos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atendimento (cordialidade, rapidez e prestabilidade)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambiente (decoração, conforto, frequência)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Higiene e Limpeza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fatores especiais (presença de um chef renomado, ambiente inovador, festivais em datas específicas, serviço de vinho, associação de outros serviços, como cursos de culinária, mercado, participação em eventos/comunidades vegetarianas ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Localização (fácil acesso, proximidade da residência/trabalho)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Horário de atendimento (funcionamento no almoço, jantar, nos fins de semana)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço justo e formas de pagamento (aceitar tickets, cartões de crédito e débito, promoções e sistema de fidelização)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Do que você sente falta num restaurante vegetariano?

(Escolha TODAS as opções que representam sua resposta)

Concluído

Ajude-nos com a Pesquisa sobre Vegetarianos e Não Vegetarianos que frequentam Restaurantes Vegetarianos. Obrigado! - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda deLicio.us

http://www.tconibo.org/pesquisaveg/

Do que você sente falta num restaurante vegetariano?

(Escolha TODAS as opções que representam sua resposta)

Alguma opção de carne
 Carta de vinhos
 Funcionamento no jantar
 Música ao vivo
 Cozinha mais elaborada (gastronômica)
 Informações nutricionais de cada prato
 Serviço de bar, com opções de coquetéis, destilados e petiscos vegetarianos

Você consome produtos direcionados ao público vegetariano, como derivados de soja industrializados: leites aromatizados, iogurtes, chocolates, nuggets, lasanhas, hambúrgueres, etc?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

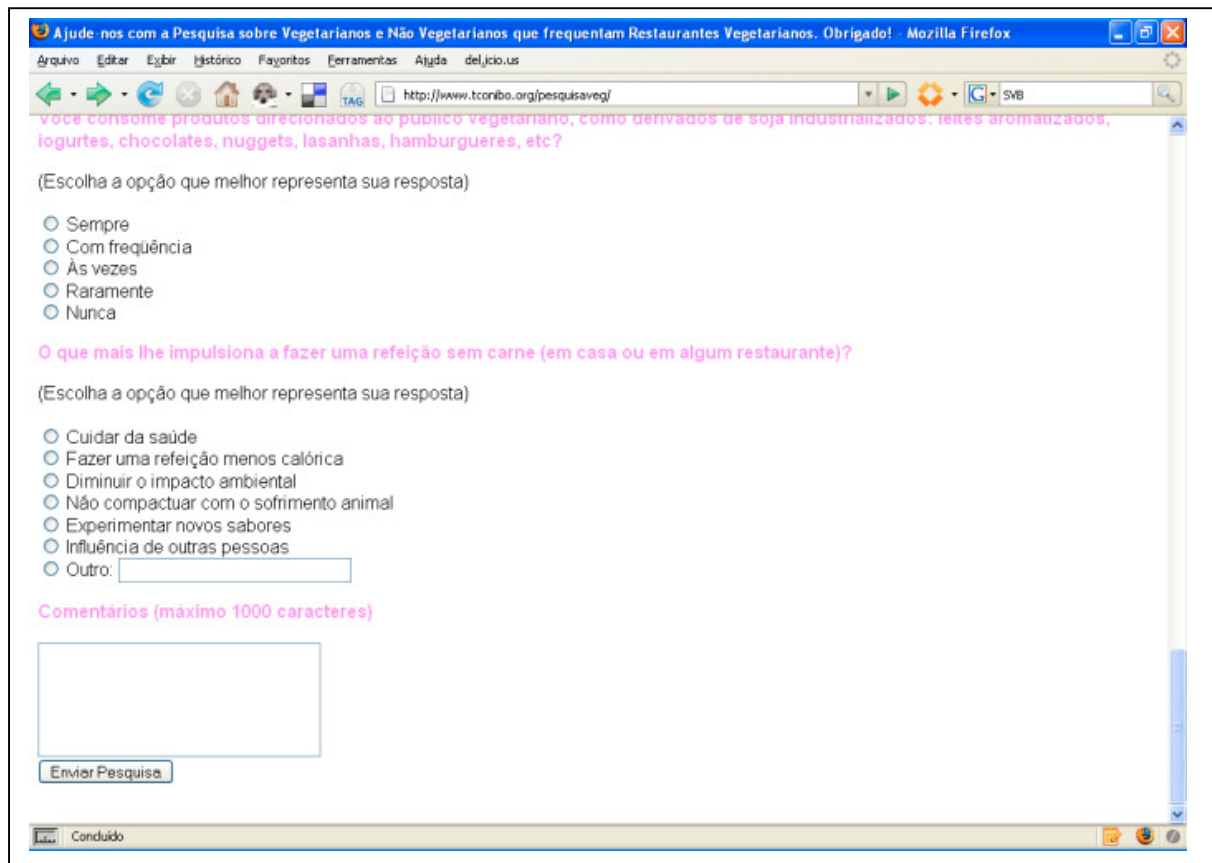
Sempre
 Com frequência
 Às vezes
 Raramente
 Nunca

O que mais lhe impulsiona a fazer uma refeição sem carne (em casa ou em algum restaurante)?

(Escolha a opção que melhor representa sua resposta)

Cuidar da saúde
 Fazer uma refeição menos calórica
 Diminuir o impacto ambiental
 Não compactuar com o sofrimento animal
 Experimentar novos sabores
 Influência de outras pessoas

Concluído



**Apêndice B: Tabelas com Resultados da Pesquisa de Campo:
Semi-Vegetariano, Sem Restrição e Não-Vegetariano (Semi-
Vegetariano e Sem Restrição)**

PERGUNTAS	RESPOSTAS DE SEMI-VEGETARIANOS								
Qual a sua idade?	Até 18 anos	Entre 19 e 25 anos	De 26 a 30 anos	De 31 a 40 anos	Acima de 40 anos				
		4	3	3	7				
Qual o seu regime alimentar?	Sem restrições alimentares (consumo carnes brancas e vermelhas, laticínios, ovos, mel...)	Semi-vegetariano (consumo eventualmente algum tipo de carne, especialmente carnes brancas)	Ovo-lacto vegetariano (não consumo carne de qualquer tipo, mas mantenho ovos, leites e derivados em minha alimentação)	Lacto vegetariano (não consumo carnes de qualquer tipo nem ovos, mantendo leites e derivados)	Vegano (não consumo qualquer produto animal, o que inclui a exclusão de ovos, leites, derivados e mel)	Crudívoro (consumo somente alimentos crus, não preparados a uma temperatura superior 42°C)			
		17							
Com que frequência você opta por restaurantes vegetarianos?	Sempre (frequente exclusivamente restaurantes vegetarianos)	Regularmente (dou preferência a restaurantes especializados em cozinha vegetariana)	Ocasionalmente (algumas vezes opto por restaurantes de cozinha vegetariana)	Raramente (dou preferência a outros tipos de cozinha)	Outros				
	1	6	6	3	1				
Qual o tipo de serviço que você prefere?	Preço único com tudo incluso	Por quilo	Prato fechado, escolhendo entre opções específicas do dia	<i>A la carte</i> (escolha a partir de um cardápio)					
	5	9	1	2					
O que faz você optar por um restaurante vegetariano?	Sou vegetariano/vegano	Me preocupo em ter uma alimentação saudável	Me preocupo em perder peso, restaurantes vegetarianos são mais "light"	Me sinto mais leve após uma refeição vegetariana/vegana	Busco inovação culinária, pratos diferenciados, novos ingredientes	Companhia de amigos/parceiro frequentador de restaurantes vegetarianos	Proximidade do local de trabalho e/ou residência	Preço mais convidativo	Outros
		13		3					1
Quais critérios você considera mais importantes na escolha de um restaurante vegetariano?	Qualidade (apresentação, variedade e sabor dos alimentos)	Atendimento (cordialidade, rapidez e prestabilidade)	Ambiente (decoração, conforto, frequência)	Higiene e Limpeza	Fatores especiais (presença de um <i>chef</i> renomado, ambiente inovador, festivais em datas específicas, serviço de vinho, associação de outros serviços, como cursos de culinária, mercado, participação em eventos/comunidades vegetarianas ...)	Localização (fácil acesso, proximidade da residência/trabalho)	Horário de atendimento (funcionamento no almoço, jantar, nos fins de semana)	Preço justo e formas de pagamento (aceitar tickets, cartões de crédito e débito, promoções e sistema de fidelização)	

	MI	17	7	7	16		6	8	11	
	I		9	9	1	2	10	7	5	
	PI			2		15	1	1	1	
Do que você sente falta num restaurante vegetariano?	Alguma opção de carne	Carta de vinhos	Funcionamento no jantar	Musica ao vivo	Cozinha mais elaborada (gastronômica)	Informações nutricionais de cada prato	Serviço de bar, com opções de coquetéis, destilados e pestiscos vegetarianos			
	1	3	11	2	4	6	2			
Você consome produtos direcionados ao público vegetariano, como derivados de soja industrializados: leites aromatizados, iogurtes, chocolates, nuggets, lasanhas, hamburques, etc?	Sempre	Com frequência	Às vezes	Raramente	Nunca					
	2	11	2	1						
O que mais lhe impulsiona a fazer uma refeição sem carne (em casa ou em algum restaurante)?	Cuidar da saúde	Fazer uma refeição menos calórica	Diminuir o impacto ambiental	Não compactuar com o sofrimento animal	Experimentar novos sabores	Influência de outras pessoas	Outros			
	6			8			2			

PERGUNTAS	RESPOSTAS DE SEM RESTRIÇÃO									
	Até 18 anos	Entre 19 e 25 anos	De 26 a 30 anos	De 31 a 40 anos	Acima de 40 anos					
Qual a sua idade?	1	8	12	13	9					
Qual o seu regime alimentar?	Sem restrições alimentares (consumo carnes brancas e vermelhas, laticínios, ovos, mel...)	Semi-vegetariano (consumo eventualmente algum tipo de carne, especialmente carnes brancas)	Ovo-lacto vegetariano (não consumo carne de qualquer tipo, mas mantenho ovos, leites e derivados em minha alimentação)	Lacto vegetariano (não consumo carnes de qualquer tipo nem ovos, mantendo leites e derivados)	Vegano (não consumo qualquer produto animal, o que inclui a exclusão de ovos, leites, derivados e mel)	Crudívoro (consumo somente alimentos crus, não preparados a uma temperatura superior 42°C)				
	43									
Com que frequência você opta por restaurantes vegetarianos?	Sempre (frequente exclusivamente restaurantes vegetarianos)	Regularmente (dou preferência a restaurantes especializados em cozinha vegetariana)	Ocasionalmente (algumas vezes opto por restaurantes de cozinha vegetariana)	Raramente (dou preferência a outros tipos de cozinha)	Outros					
		3	23	15	2					
Qual o tipo de serviço que você prefere?	Preço único com tudo incluso	Por quilo	Prato fechado, escolhendo entre opções específicas do dia	<i>A la carte</i> (escolha a partir de um cardápio)	Outros					
	13	16	4	7	3					
O que faz você optar por um restaurante vegetariano?	Sou vegetariano/vegano	Me preocupo em ter uma alimentação saudável	Me preocupo em perder peso, restaurantes vegetarianos são mais "light"	Me sinto mais leve após uma refeição vegetariana/vegana	Busco inovação culinária, pratos diferenciados, novos ingredientes	Companhia de amigos/parceiro frequentador de restaurantes vegetarianos	Proximidade do local de trabalho e/ou residência	Preço mais convidativo	Outros	
		15	2	5	8	4	1	2	6	

Quais critérios você considera mais importantes na escolha de um restaurante vegetariano?	Qualidade (apresentação, variedade e sabor dos alimentos)		Atendimento (cordialidade, rapidez e prestabilidade)	Ambiente (decoração, conforto, frequência)	Higiene e Limpeza	Fatores especiais (presença de um <i>chef</i> renomado, ambiente inovador, festivais em datas específicas, serviço de vinho, associação de outros serviços, como cursos de culinária, mercado, participação em eventos/comunidades vegetarianas ...)	Localização (fácil acesso, proximidade da residência/trabalho)	Horário de atendimento (funcionamento no almoço, jantar, nos fins de semana)	Preço justo e formas de pagamento (aceitar tickets, cartões de crédito e débito, promoções e sistema de fidelização)	
	MI	37	24	9	38	2	8	15	28	
	I	6	18	32	5	9	27	19	12	
	PI		1	2		32	8	9	3	
Do que você sente falta num restaurante vegetariano?	Alguma opção de carne		Carta de vinhos	Funcionamento no jantar	Musica ao vivo	Cozinha mais elaborada (gastronômica)	Informações nutricionais de cada prato	Serviço de bar, com opções de coquetéis, destilados e pestiscos vegetarianos		
	10		3	20	1	18	18	8		
Você consome produtos direcionados ao público vegetariano, como derivados de soja industrializados: leites aromatizados, iogurtes, chocolates, nuggets, lasanhas, hamburques, etc?	Sempre		Com frequência	Às vezes	Raramente	Nunca				
	1		7	17	12	6				
O que mais lhe impulsiona a fazer uma refeição sem carne (em casa ou em algum restaurante)?	Cuidar da saúde		Fazer uma refeição menos calórica	Diminuir o impacto ambiental	Não compactuar com o sofrimento animal	Experimentar novos sabores	Influência de outras pessoas	Outros		
	10		4	1	6	15	2	5		

PERGUNTAS	RESPOSTAS DE NÃO-VEGETARIANOS (SEMI-VEGETARIANOS E SEM RESTRIÇÃO)								
Qual a sua idade?	Até 18 anos	Entre 19 e 25 anos	De 26 a 30 anos	De 31 a 40 anos	Acima de 40 anos				
	1	12	15	16	16				
Qual o seu regime alimentar?	Sem restrições alimentares (consumo carnes brancas e vermelhas, laticínios, ovos, mel...)	Semi-vegetariano (consumo eventualmente algum tipo de carne, especialmente carnes brancas)	Ovo-lacto vegetariano (não consumo carne de qualquer tipo, mas mantenho ovos, leites e derivados em minha alimentação)	Lacto vegetariano (não consumo carnes de qualquer tipo nem ovos, mantendo leites e derivados)	Vegano (não consumo qualquer produto animal, o que inclui a exclusão de ovos, leites, derivados e mel)	Crudívoro (consumo somente alimentos crus, não preparados a uma temperatura superior 42°C)			
	43	17							
Com que frequência você opta por restaurantes vegetarianos?	Sempre (frequente exclusivamente restaurantes vegetarianos)	Regularmente (dou preferência a restaurantes especializados em cozinha vegetariana)	Ocasionalmente (algumas vezes opto por restaurantes de cozinha vegetariana)	Raramente (dou preferência a outros tipos de cozinha)	Outros				
	1	9	29	18	3				
Qual o tipo de serviço que você prefere?	Preço único com tudo incluso	Por quilo	Prato fechado, escolhendo entre opções específicas do dia	<i>A la carte</i> (escolha a partir de um cardápio)	Outros				
	18	25	5	9	3				
O que faz você optar por um restaurante vegetariano?	Sou vegetariano/vegano	Me preocupo em ter uma alimentação saudável	Me preocupo em perder peso, restaurantes vegetarianos são mais "light"	Me sinto mais leve após uma refeição vegetariana/vegana	Busco inovação culinária, pratos diferenciados, novos ingredientes	Companhia de amigos/parceiro frequentador de restaurantes vegetarianos	Proximidade do local de trabalho e/ou residência	Preço mais convidativo	Outros
		28	2	8	8	4	1	2	7

Quais critérios você considera mais importantes na escolha de um restaurante vegetariano?	Qualidade (apresentação, variedade e sabor dos alimentos)		Atendimento (cordialidade, rapidez e prestabilidade)	Ambiente (decoreação, conforto, frequência)	Higiene e Limpeza	Fatores especiais (presença de um <i>chef</i> renomado, ambiente inovador, festivais em datas específicas, serviço de vinho, associação de outros serviços, como cursos de culinária, mercado, participação em eventos/comunidades vegetarianas ...)	Localização (fácil acesso, proximidade da residência/trabalho)	Horário de atendimento (funcionamento no almoço, jantar, nos fins de semana)	Preço justo e formas de pagamento (aceitar tickets, cartões de crédito e débito, promoções e sistema de fidelização)	
	MI	54	31	16	54	2	14	23	39	
	I	6	27	41	6	11	37	26	17	
	PI		1	4		47	9	10	4	
Do que você sente falta num restaurante vegetariano?	Alguma opção de carne		Carta de vinhos	Funcionamento no jantar	Musica ao vivo	Cozinha mais elaborada (gastronômica)	Informações nutricionais de cada prato	Serviço de bar, com opções de coquetéis, destilados e pestiscos vegetarianos		
	11		6	31	3	22	24	10		
Você consome produtos direcionados ao público vegetariano, como derivados de soja industrializados: leites aromatizados, iogurtes, chocolates, nuggets, lasanhas, hamburques, etc?	Sempre		Com frequência	Às vezes	Raramente	Nunca				
	3		18	19	13	6				
O que mais lhe impulsiona a fazer uma refeição sem carne (em casa ou em algum restaurante)?	Cuidar da saúde		Fazer uma refeição menos calórica	Diminuir o impacto ambiental	Não compactuar com o sofrimento animal	Experimentar novos sabores	Influência de outras pessoas	Outros		
	16		4	1	14	15	2	7		

