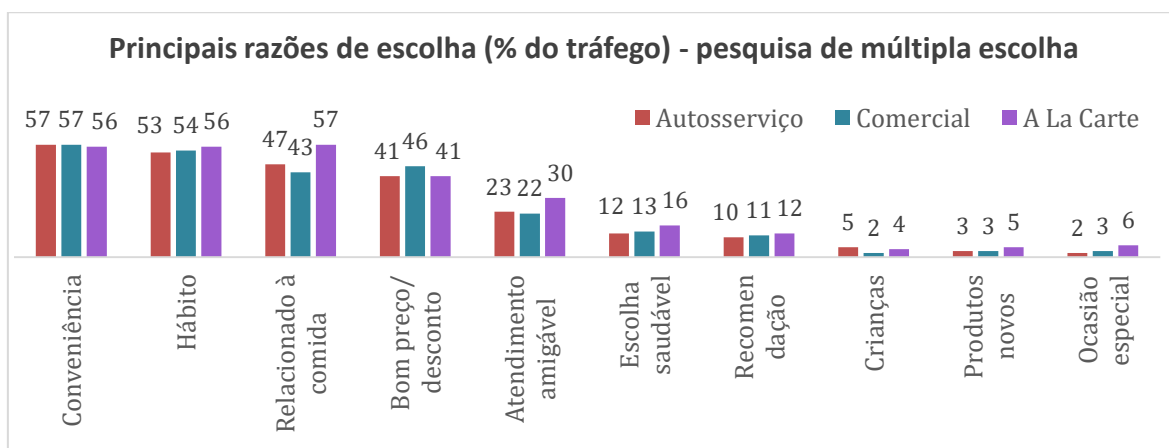


60% dos trabalhadores preferem almoçar em restaurantes comerciais e self-services, aponta pesquisa apoiada pela Ticket

Levantamento mostra que a escolha do tipo de estabelecimento para o almoço é baseada no hábito e na conveniência

Mais de 60% dos trabalhadores formais preferem almoçar em estabelecimentos que ofereçam pratos comerciais e em autosserviços, os chamados *self-services*. É o que aponta a *Pesquisa+Valor*, apoiada pela Ticket, marca da Edenred Brasil, pioneira no setor de benefícios de refeição e alimentação. O estudo mostra que o perfil do trabalhador que escolhe um prato comercial é, em sua maioria, homens entre 35 e 44 anos. Os restaurantes *à la carte* são os preferidos por trabalhadores da classe média alta e por homens entre 45 e 54 anos. Já 47% das mulheres buscam mais o autosserviço, em razão da conveniência e da livre escolha dos alimentos.

O trabalhador é fiel à sua rotina. O hábito, a conveniência e a comida são as principais razões de escolha na hora do almoço fora de casa, tanto em restaurantes de autosserviço quanto comerciais ou *à la carte*. O brasileiro também busca a melhor opção de estabelecimento pelo preço mais em conta ou pelo desconto oferecido. O atendimento amigável também é um fator que influencia a escolha do empregado.



“O empregado segue padrões que ele mesmo determina, combinando razões que facilitem o cotidiano, proporcionem uma boa refeição e que tragam, na medida do possível, descontos e promoções. Isso traz fidelidade à sua rotina, com um almoço que



contenha alimentos que lhe deem um dia a dia saudável, energia e vigor para enfrentar sua jornada”, destaca Felipe Gomes, diretor-geral da Ticket.

Os restaurantes *à la carte* são eleitos pelos trabalhadores para ocasiões especiais, como comemorações de resultados, aniversários e outras datas comemorativas, já que o tempo gasto nesses locais é maior. Nos estabelecimentos que oferecem pratos comerciais ou de autosserviço, as refeições individuais são responsáveis por mais de 60% da frequência diária. Os três sistemas juntos receberam em 2018, de acordo com a pesquisa, metade do gasto do trabalhador no almoço, R\$ 33,4 bilhões, e representaram 44% do tráfego de consumidores.

Preço médio da refeição

A Pesquisa+Valor apresentou ainda o gasto médio do trabalhador brasileiro na hora do almoço. Em 2018, o preço da refeição completa no Brasil, que contém prato principal, sobremesa, bebida e café, ficou em R\$ 34,84. Só o prato equivale a 57% do gasto total, enquanto a sobremesa chega a 21% do valor; a bebida, 12%; e o cafezinho, 10% do gasto na hora do almoço.

Ticket e a refeição saudável

Há 43 anos, a Ticket vem estimulando as empresas a se cadastrar no Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) para contribuir com a melhoria da situação nutricional dos trabalhadores, bem como promover a saúde e prevenir doenças. Criado em 1976, o PAT proporciona condições para que o empregado tenha melhora na situação nutricional, promove a saúde e previne doenças profissionais.

“A Ticket foi pioneira na criação de soluções que atendam ao PAT e incentiva uma alimentação de qualidade para promover a saúde dos trabalhadores. O Ticket Alimentação e o Ticket Restaurante permitem que o empregado tenha liberdade de escolha e possa adotar hábitos mais saudáveis no seu cotidiano, por isso, incentivamos as empresas a oferecer esses benefícios e disponibilizamos soluções que os multipliquem.”, ressalta Gomes.

Segundo o livro que celebra os 40 anos do PAT, organizado pelo economista José Afonso Mazzon, da FEA-USP, com o apoio da Fundação Instituto de Administração (FIA),



a produtividade é beneficiada pela melhoria na qualidade da alimentação, pois evita doenças, aumenta a capacidade física e a resistência à fadiga. Sua penetração formal na força de trabalho está associada a uma redução de 0,77 acidente de trabalho a cada cem trabalhadores.

Informações Ticket
RPMA Comunicação
Andrea Natali
William Crispim
edenred@rpmacomunicacao.com.br

RPMA Comunicação
Tel.: 11 5501-4655 | 5102-4146
www.rpmacomunicacao.com.br