



PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO – UM ESTUDO SOBRE A DEMANDA NA CIDADE DE MANHUAÇU

Fernanda Marcial da Silva

Izadora Cristina Corrêa Silva

Curso: Arquitetura e Urbanismo - Período: 9º

Área de Pesquisa: Arquitetura Comercial

Resumo: A qualidade do local aonde as refeições são realizadas é de suma importância, e as praças de alimentação são capazes de unir esse fator com a agilidade para o dia-a-dia e com o lazer junto da família e amigos nos finais de semana. Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo estudar sobre a inserção de uma praça de alimentação na cidade de Manhuaçu, Minas Gerais, e entender as exigências e os benefícios que seriam gerados para a população e para a cidade. A metodologia utilizada no desenvolvimento foi a pesquisa explicativa através de levantamentos de estudos de caso e referencial bibliográfico, além da coleta de dados através de questionários de opinião da população moradora e flutuante do município. Os resultados atingidos através da pesquisa apontam que existem exemplos similares muito bem sucedidos, e que os serviços já oferecidos em Manhuaçu não atendem totalmente as exigências da população, conhecendo então a utilidade da inserção de uma praça de alimentação na cidade.

Palavras-chave: Praça de Alimentação. Restaurantes. Projetos Comerciais. Arquitetura de Restaurantes.

1. INTRODUÇÃO

Muito conhecidas e frequentadas por estarem localizadas (na maioria das vezes) em shopping centers, aeroportos e rodoviárias, as praças de alimentação cada vez mais têm facilitado e agilizado o dia-a-dia das pessoas. Segundo Danski (2008), a refeição é um momento de estar com pessoas e estar em comunhão com elas, desta forma, o local onde será realizada a refeição é de suma importância para sua qualidade, no entanto, com a correria diária das pessoas, muitas dessas refeições acabam passando batido, não oferecendo a devida atenção a um momento de tanta relevância para o ser humano.

A cidade de Manhuaçu, localizada na Zona da Mata Mineira, com população estimada de aproximadamente 90 mil habitantes (IBGE, 2020), é considerada a cidade polo da microrregião, e conta com um alto índice de população flutuante durante todo o dia, em busca do comércio e de serviços locais, além dos próprios moradores da cidade que por muitas circunstâncias moram distante dos seus locais de trabalho. Assim, é visível que a cidade requer uma estrutura pertinente para comportar tamanha demanda no serviço de alimentação durante todo o dia, com valores mais acessíveis e maior agilidade, sem ignorar um espaço de qualidade e agradável para que essa refeição seja feita, e ademais para lazer dos moradores locais e das cidades vizinhas durante a noite, tornando-se também um ponto de referência na cidade.

A alimentação deixou de ter um papel centrado na vida familiar e doméstica, abandonando aquele antigo costume de sentar-se à mesa para todas as refeições do dia, “levando ao desaparecimento de características consideradas fundamentais, especialmente por haver um acesso mais amplo não só aos restaurantes, mas a uma série de produtos industrializados” (COLLAÇO, 2003, pág. 117), como produtos congelados ou enlatados que podem ser comprados e consumidos facilmente. De acordo com Santos (2005), o alimento é considerado muito além do ato de comer, constituindo uma categoria histórica com ligação a prática social. Conseqüentemente, as praças de alimentação têm tomado um grande espaço na vida das pessoas por ser um local de utilização rápida, prazerosa e agradável.

Contudo, esse artigo tem como objetivo compreender as praças de alimentação e aferir as possibilidades de implementação de uma na cidade de Manhuaçu.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Referencial Teórico

2.1.1 A história e evolução das praças de alimentação.

Conforme Lima (2003), o papel das praças diante a sociedade se alterou consideravelmente ao decorrer dos anos, porém o significado que sempre a permeou foi de ser um espaço onde o cidadão pode circular livremente, sem restrições, de ser local de encontro, de lazer e de discussões. Assim sendo, as praças de alimentação possuem essa mesma definição conectada ao ato de comer.

Quando se é colocado o termo “praça de alimentação” a associação com os *fast foods* é diretamente feita, porque na maioria delas são os tipos de restaurante

que predominam. O início de tais é notável e se deu através do surgimento dos restaurantes de comida rápida, pois em espaços que reúnem grande quantidade de pessoas circulando durante o dia é extremamente necessária uma área específica com diversidade para a alimentação, e que no dia a dia agitado, seja rápida e prática. Surgindo assim as praças de alimentação, em shoppings, aeroportos, rodoviárias, entre outros.

De acordo com Collaço (2003), as praças de alimentação oferecem aquilo que é bom para comer, organizado sob uma lógica cultural específica, e a introdução de novos produtos precisa passar pela aprovação dessa lógica cultural. Contudo, compreende-se que as adaptações feitas ao longo dos anos nesses espaços não são de modo aleatório, e sim possuem orientações simbólicas, com todo um referencial no hábito de comer pré-existente, para que não perca a verdadeira essência de alimentar-se.

2.1.2. Programa de necessidades de uma praça de alimentação

“A ida à praça de alimentação é acionada por duas motivações principais e definidas a grosso modo como necessidade e lazer.” (COLLAÇO, 2003). Deste modo, é justificável que uma praça de alimentação muda completamente o cenário de acordo com o dia e o horário em que se é frequentada, por exemplo, em um dia de semana na hora do almoço o ambiente é mais frequentado por pessoas que trabalham por ali e com curtos horários, já no final de semana, a tarde ou a noite, o local se transforma no lazer de muitas famílias e amigos, que não só vão para se alimentar como também para bater papo, passar o tempo e reunir pessoas queridas.

Em função disso, o sistema de funcionamento de uma praça de alimentação deve atender simultaneamente as duas primordialidades citadas. A fim de que isso se realize, nada como primeiramente a diversificação dos restaurantes presentes, para que não ocorram desprazeres com nenhum cliente, optando por satisfazer todas as preferências, sejam elas por comidas veganas, estrangeiras, brasileiras, *fit*, *fast-foods*, entre muitas outras.

Além da diversificação dos restaurantes, é imprescindível que as praças sejam minuciosamente pensadas e projetadas, para que fujam completamente daquela ideia de refeitório, com uma pegada mais moderna e dinâmica no espaço. De acordo com Galeria da Arquitetura (2019), é interessante que as praças de alimentação aproveitem a iluminação natural, por meio de janelas e claraboias, juntamente com lâmpadas LED, que contribuirão para a sustentabilidade do local. E que o mobiliário venha conectado com a iluminação, criando diferentes ambientes.

Como já apresentado, em uma praça de alimentação passam diversos tipos de pessoas, para Salazar (2017) deve haver um conjunto de mesas e cadeiras dispostas de várias formas, com tamanhos e formatos diferentes, além de fixadas no chão para que não haja deslocamentos desnecessários, e também assentos diversos, para que sejam utilizadas de maneira comum pelos usuários independente da sua escolha de restaurante. Ainda de acordo com Galeria da Arquitetura (2019), o piso deve ser de longa duração ou de simples substituição, resistente e fácil de manter, visto que é um local de intensa circulação de pessoas.

A preocupação com o processo operacional é muito importante, considerando a localização das lixeiras, a distribuição e o depósito das bandejas, a limpeza das mesas e dos pisos. A climatização e as condições acústicas também são fatores a se atentar. A climatização, para Valente *et al.* (2011), é dada através do conforto

térmico, e as praças de alimentação por serem o local onde ocorre a maior densidade de ocupação e tempo de permanência, devem ter exautores e difusores espalhados e alocados em aglomerações de mesas. E por fim, para solucionar os problemas de ruídos, o Galeria da Arquitetura (2019) salienta que o uso de painéis acústicos fixados no teto pode absorver o excesso de ruídos.

Os sanitários existentes em uma praça de alimentação devem atender as características padrão de outros locais públicos, e entre elas uma das mais importantes é a acessibilidade. De acordo com a ABNT NBR 9050 (2015), tais sanitários devem se localizar em rotas acessíveis, ser devidamente sinalizados e estarem a no máximo 50 metros de qualquer local da edificação, os banheiros acessíveis devem possuir entrada independente para cada sexo e devem consistir em no mínimo 5% do total de bacias sanitárias instaladas no local.

Ademais, entende-se que cada loja de alimentação deve conter sua própria cozinha de dimensão industrial que conforme Mello (2016) tem como conceito básico o fornecimento de refeições prontas para o consumo, possuindo estrutura básica, itens essenciais, utensílios de cozinha padrão e alguns cuidados especiais de acordo com cada restaurante ou franquia instalada no espaço. Intermediar o encontro entre o cliente e a cozinha, na opinião de Collaço (2003), é de grande relevância visto que transmite maior segurança ao alimento a ser servido.

Portanto, segundo Sá (2011), o comportamento dos frequentadores das praças de alimentação é, do mesmo modo, de extrema importância, visto que pontos como atendimento, qualidade, rapidez, novidades e produtos diferentes para cada perfil contam muito na hora da escolha de qual restaurante ou franquia frequentar, e ainda para Sá (2011), um pequeno desconforto enfrentado em apenas uma loja franqueada podem afetar toda a rede, por exemplo.

Contudo, é perceptível que o programa de necessidades de uma praça de alimentação é composto por condições que são inteiramente ligadas, portanto para que tudo funcione da devida e adequada maneira, é necessário que todas as citadas estejam perfeitamente planejadas e executadas, de maneira que agrade todos os consumidores.

2.2. Metodologia

“O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos” (GIL, 2008, pág. 28). Posto isso, é possível perceber a importância da obtenção de novos conhecimentos sobre determinado assunto, através das análises feitas ao longo da pesquisa científica.

A metodologia aplicada nesse artigo será de pesquisa explicativa. Segundo Gil (2008, pág. 28), as pesquisas explicativas são as mais empregadas na atualidade, pois tem um maior aprofundamento na realidade, explicando melhor os fatos, além de se preocupar principalmente com o verdadeiro motivo da ocorrência de tais acontecimentos, sendo assim considerada a mais delicada e complicada entre os tipos de pesquisas, por haver um grande risco de apresentar erros.

Após entender o objetivo principal da pesquisa, que será estudar a evolução e o funcionamento do programa de necessidade das praças de alimentação, além de avaliar o público-alvo, buscando entender a qualidade e necessidade da implantação de tal edifício na cidade de Manhuaçu, compreende-se que a pesquisa explicativa deverá ser de consideração qualitativa.

De acordo com DoityTeam (2018), nesse tipo de pesquisa deverá ser analisada as opiniões e sensações dos indivíduos, resultando assim em levantamentos de estudos de caso e referencial bibliográfico, que auxiliarão na melhor percepção sobre as praças de alimentação. Sendo assim, serão coletados dados através de questionários de opinião da população moradora e flutuante da cidade de Manhuaçu, para entender as características dos espaços gastronômicos locais, ou seja, os tipos e padrões de restaurantes predominantes.

2.3. Discussão de Resultados

2.3.1. Estudos de Caso – Complexos de Restaurantes

Com o intuito de acrescentar ao conhecimento sobre locais que englobam vários restaurantes, conteúdo estudado neste trabalho, serão analisados dois espaços destinados exclusivamente à alimentação e localizados em cidades brasileiras, entendendo sua funcionalidade e suas características. Sendo eles o Mercado da Boca em Belo Horizonte e o Eatly em São Paulo.

2.3.1.1. Mercado da Boca

Localizado no Jardim Canadá, em Nova Lima – MG, o Mercado da Boca, de acordo com Pereira (2019) foi projetado por GPA&A (Gustavo Penna Arquiteto e Associados) em parceria com AR.Lo Arquitetos e a Bloc Arquitetura, possui uma área de 4.000 m², aonde antes era o Jardim Casa Mall, e foi inaugurado em 8 de março de 2018. O nome foi batizado pelo próprio Gustavo Penna, é simples, direto, potente e traz a palavra que resume tudo: a boca. (GPA&A GUSTAVO PENNA ARQUITETO E ASSOCIADOS, 2018)

FIGURA 01 E 02 – Fachada Mercado da Boca.



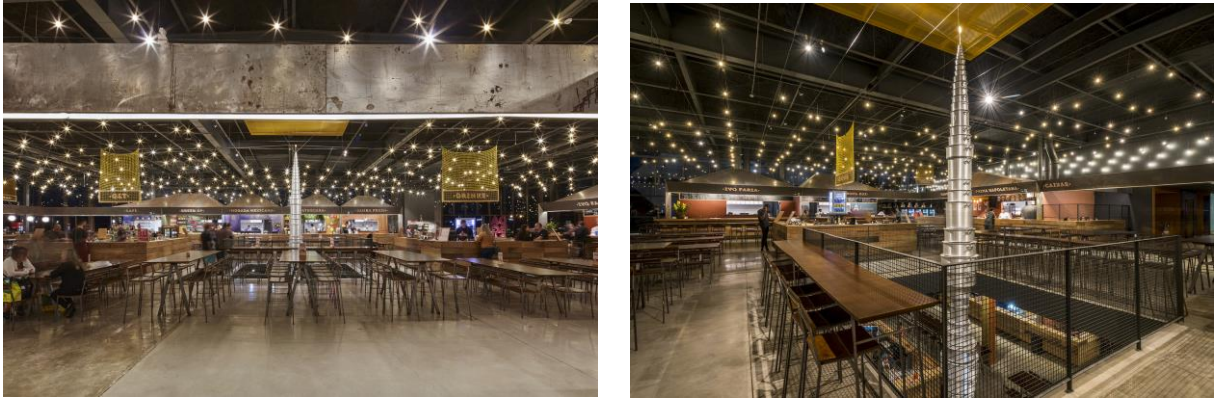
Fonte: Archdaily, 2019.

De acordo com GPA&A (2018), os arquitetos buscaram inspiração no jeito mineiro de conviver e comer, trazendo um ar de quermesse, barraquinhas, vilas, além de fazerem uma busca por símbolos que compõem o mercado e a comida, como por exemplo, o uso da paleta de cores do quadro "A Última Ceia", de Manuel da Costa Ataíde.

Dentre tais símbolos encontram-se estandes com chaminés, luzinhas de interior, arquibancada de horta, e a famosa torre de panelas de 9 metros de altura composta por uma sequência vertical de panelas, colocada como ponto central

conectando um andar ao outro, acabou se tornando um ponto de referência e um obelisco que gera convergências e atrai olhares. (PEREIRA, 2019)

FIGURA 03 E 04 – Torre de Painelas.



Fonte: Archdaily, 2019.

Com um espaço cheio de possibilidades, os arquitetos criaram um ambiente completamente integrado, que segundo Pereira (2019), conta com grandes operações como cervejarias, adega de vinhos com dezenas de rótulos, restaurantes com chefs renomados e muito mais, com proposta de oferecer uma experiência única com diversas opções de produtos em um espaço confortável e descomplicado.

FIGURA 05 E 06 – Interior do Mercado no Pavimento Térreo Inferior e Superior.

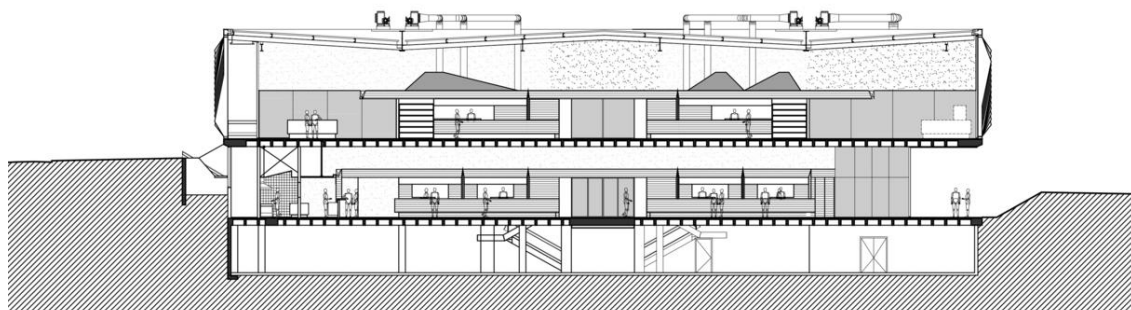


Fonte: Archdaily, 2019.

Como apresentado no Corte Esquemático a seguir, o Mercado possui três pavimentos com dois acessos por duas ruas diferentes, sendo o acesso do Pavimento Térreo Inferior pela Rua Niágara, e o do Pavimento Térreo Superior pela Avenida Canadá, ainda possuindo um estacionamento no subsolo.

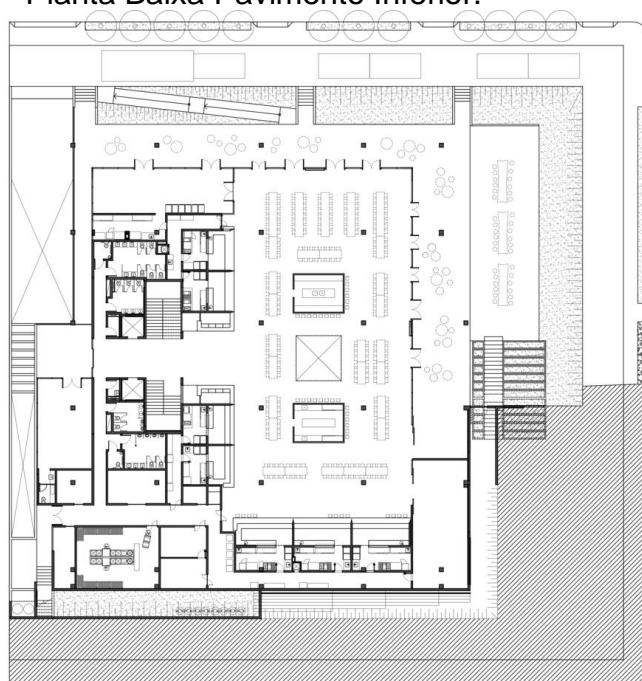
Logo em seguida, nas plantas baixas, pode-se observar que os dois pavimentos térreos são amplos e integrados, os estabelecimentos de serviço (restaurantes) estão localizados nas laterais de toda a edificação e as mesas ficam ao centro junto aos quiosques de bebidas, no Pavimento Térreo Inferior também possui uma área livre com bancos, banquetas e mesas, além de ter uma horta vertical. Os dois andares são conectados através de um mezanino, e os sanitários estão localizados em ambos próximos à circulação vertical, que ficam em uma das extremidades do edifício.

FIGURA 07 – Corte Esquemático da edificação.



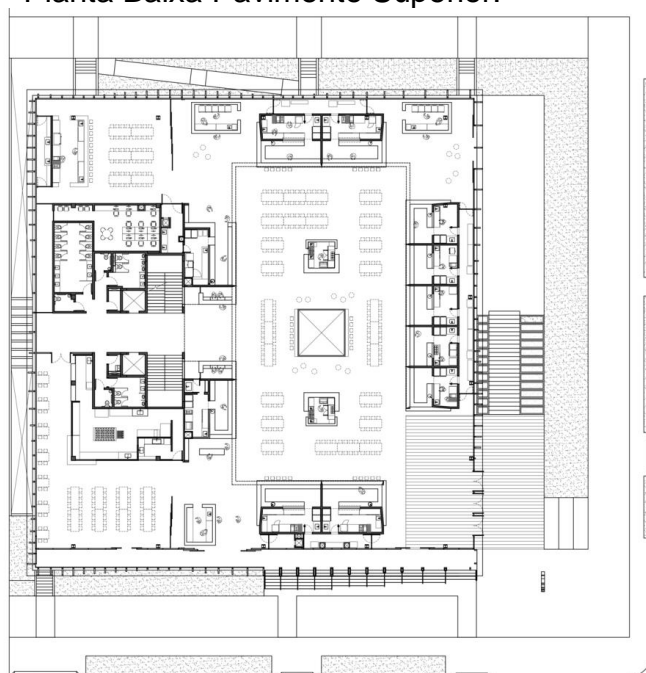
Fonte: Archdaily, 2019.

FIGURA 08 – Planta Baixa Pavimento Inferior.



Fonte: Archdaily, 2019.

FIGURA 09 – Planta Baixa Pavimento Superior.



Fonte: Archdaily, 2019.

Percebe-se que o layout do Mercado é amplo e bem distribuído, possui em maior quantidade as mesas extensas, ou seja, com 10 ou mais cadeiras, o que acaba sendo desagradável para quando vão menos pessoas, por exemplo um casal. Portanto, mesas menores, mais flexíveis e com poucos lugares fazem falta para o espaço, para que não fiquem assentos vagos desnecessariamente e traga maior privacidade aos clientes. Também é considerável observar que a fachada é quase completamente envidraçada, porém o olhar é para os fundos das barracas, fazendo com que a atenção seja mais voltada para o interno, valorizando pouco a vista privilegiada e não dando a total visão de quem está de fora para dentro. Outro ponto que sempre foi muito discutido sobre o Mercado da Boca são os valores, considerando que não existem restaurantes de preços populares, o que o afasta de ser frequentado no dia-a-dia das pessoas.

Infelizmente, segundo Mateus (2020), o Mercado da Boca foi fechado temporariamente desde março de 2020, no início da pandemia, e logo em seguida encerrou as atividades e entregou o imóvel, possuindo ainda uma filial um pouco menor na capital mineira, no bairro Savassi, que dispõe de oito lojas de comidas e bebidas.

2.3.1.2. Eataly – São Paulo

O Eataly, considerado o maior centro gastronômico italiano, teve sua primeira unidade aberta no ano de 2007 em Turim, na Itália, e de tão reconhecido hoje são 38 lojas espalhadas pelo mundo. O primeiro Eataly da América Latina foi aberto em 2015 na cidade de São Paulo, no bairro Itaim Bibi, e projetado pelo escritório Espaço Novo Arquitetura, da arquiteta Jovita V. Torrano, em um terreno de 4.500m² foi implantado um edifício de 9.300m². (EATALY, 2015)

Segundo Marquez (2016), a fachada do Eataly tem uma linguagem arquitetônica contemporânea, com uma estrutura metálica aparente e uma linha

contínua na cor vermelha demarcando a varanda em balanço e delimitando o terraço superior, o que cria uma caracterização para o edifício. As peles de vidro criam volumes cheios e vazios para a fachada, e a varanda, é formada por sucessivos átrios compostos por perfis metálicos também na cor vermelha.

FIGURA 10 E 11 – Fachada Eataly São Paulo.



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2016.

Marquez (2016) atenta que o edifício foi inspirado nos antigos mercados públicos italianos construídos a partir da segunda metade do século XIX e início do XX, teve como decisão a estrutura metálica, pois diminuiria o tempo de execução da obra, os perfis foram trazidos prontos e montados, o sistema favoreceu para fundações menos desenvolvidas. O Eataly é coberto por telhas metálicas termoacústicas com enchimento de poliuretano que otimizam o isolamento térmico, a inexistência de forros e as instalações aparentes conferem ao espaço a simplicidade de um galpão. No interior, em cada departamento foram aplicadas cerâmicas artesanais mais sofisticadas, o que particulariza os espaços.

De acordo com Marquez (2016), a arquiteta Jovita Torrano diz que o Eataly é um espaço totalmente descontraído e dinâmico, aonde tem pessoas que vão para comprar, passear e conhecer os produtos, e que o ambiente que mescla mercado e feira é um dos grandes destaques do projeto arquitetônico.

FIGURA 12, 13, 14 e 15 – Restaurantes e mercados.



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2016.

O edifício se organiza em torno de um grande vazio central, com três andares e dois subsolos de estacionamento, reunindo mais de 8 mil produtos para comercializar, 6 restaurantes, cafeterias, confeitaria, sorveteria, bar de vinhos, uma praça no térreo com uma feira e uma escola de gastronomia. Tem a ideia de reunir todos os alimentos italianos de qualidade sob o mesmo teto, permitindo que os clientes possam comer, comprar e aprender. (EATALY, 2015)

Compreende-se que o Eataly tem um layout completamente orgânico, que ao mesmo tempo se contraria a uma ideia de organização, podendo deixar os clientes e consumidores confusos e perdidos, dificultando um deslocamento rapidamente perceptível no local, além de ter a imprecisão de os comércios serem muito abertos e ligados, dando a sensação de um mesmo lugar.

A filosofia do Eataly é que cada produto vendido no shopping gastronômico seja fabricado apenas ou no país de origem, ou seja, a Itália, ou no país em que ele se localiza, que nesse caso é o Brasil. (MARQUEZ, 2016)

Contudo, em concordância com Marquez (2016), cada restaurante tem seu design próprio de acordo com sua especialidade, que pode ser peixe, pizza, carne ou massa. No último andar do centro gastronômico possui uma cobertura de vidro retrátil que proporciona mesas a céu aberto no principal bar e restaurante. E o grande vazio central integra os três pavimentos, assim como em um shopping, que possibilita a visualização das diversas lojas e restaurantes, emprazando ao passeio, o acesso entre eles é feito através de escadas rolantes e dois elevadores panorâmicos.

Conforme a arquiteta Jovita Torrano, para que os consumidores fiquem totalmente à vontade, a arquitetura precisa ser descontraída, e no Eataly eles podem circular como se fosse um museu, conhecendo cada ambiente. (MARQUEZ, 2016)

FIGURA 12, 13, 14 e 15 – Interior do centro gastronômico e principal restaurante no último andar.



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2016.

2.3.2. Resultado da Pesquisa de Campo na cidade de Manhuaçu – MG.

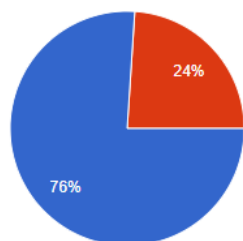
Para Gil (2008, pág. 89), as pesquisas sociais abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade, e por esse motivo é muito comum se trabalhar com uma amostra, ou seja, a pesquisa é feita com uma pequena parte da população que se pretende estudar, que é considerada representativa para todo o resto.

Sendo assim, foi desenvolvido um questionário de opinião através do Google Forms para pessoas que residem ou passam a maior parte do dia na cidade de Manhuaçu, sem identificação para não causar constrangimentos e desordens, com perguntas relacionadas à temática desenvolvida no presente estudo, e obteve os seguintes resultados:

FIGURA 16 e 17 – Pergunta 01 e 02.

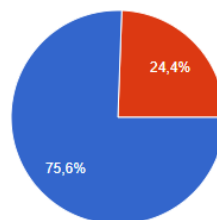
1. Você mora em Manhuaçu?

217 respostas



2. Você costuma fazer as refeições em restaurantes na cidade?

217 respostas



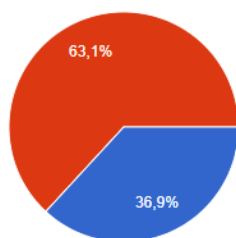
● Sim
● Não

Parte da população respondente ao questionário afirmou que mora em Manhuaçu, e somente 24% não mora, visto que tais porcentagens se assemelham nos dois gráficos, percebendo que 75,6% das pessoas consomem alimentos fora de casa no dia-a-dia e apenas 24,4% não consome.

FIGURA 18 e 19 – Pergunta 03 e 04.

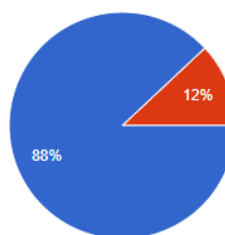
3. Eles atendem todos os seus interesses?

217 respostas



4. Você gosta de frequentar praças de alimentação em outras cidades?

217 respostas



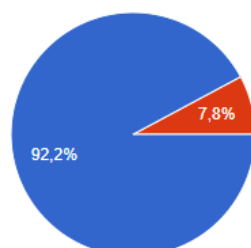
● Sim
● Não

Na pergunta 03 é perceptível que os restaurantes existentes na cidade não atendem os interesses e necessidades da maior parte dos respondentes, sendo que através da pergunta 04, obteve-se que 88% das pessoas gostam de frequentar praças de alimentação em outras cidades, e unicamente 12% não gostam.

FIGURA 20 e 21 – Pergunta 05 e 06.

5. Você acharia relevante a implantação de um edifício destinado a alimentação em Manhuaçu?

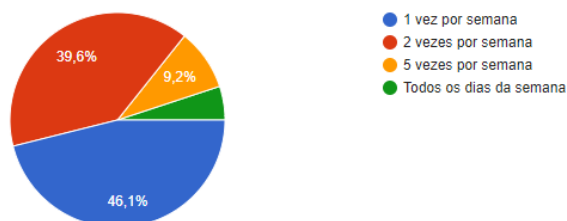
217 respostas



● Sim
● Não

6. Com qual frequência você utilizaria este local?

217 respostas

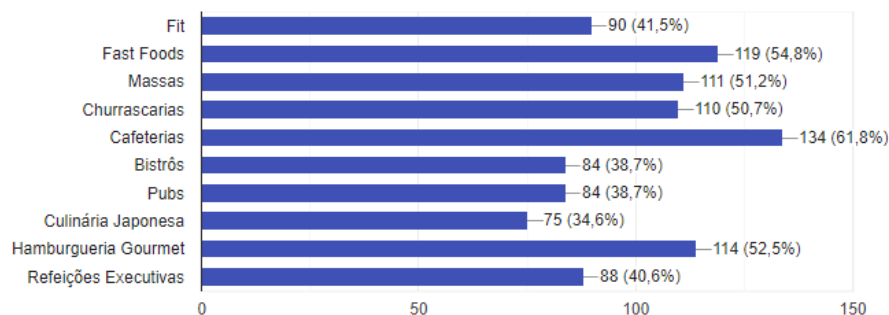


A alta relevância da implantação de uma praça de alimentação na cidade de Manhuaçu se caracteriza através das respostas atingidas na pergunta 05, aonde 92,2% dos questionados concordam, e meramente 7,8% não se interessam pela ideia. Na pergunta 06 nota-se que a frequência das pessoas na suposta praça de alimentação vertical estaria dividida em maior número por uma vez e duas vezes na semana, com 46,1% e 39,6%, respectivamente, apresentando uma quantia de 9,2% frequentando cinco vezes por semana e uma minoria de 5,1% todos os dias, incluindo os finais de semana.

FIGURA 22 – Pergunta 07.

7. Quais gêneros de restaurantes mais te chamaria atenção?

217 respostas



Na pergunta 07 foi questionado quais os gêneros de restaurantes mais chamariam a atenção dos respondentes, podendo selecionar mais de um, e os que garantiram maior sucesso foram as cafeterias, *fast foods* e hamburguerias gourmet, o que mostra uma maior necessidade de comida mais rápida juntamente a um local de permanência mais agradável. Um pouco abaixo estão os restaurantes de massas, churrascarias, comida fit e refeições executivas, compreendendo as preferências do público, logo em seguida, com o mesmo número de votos vem os pubs e bistrôs, que são locais destinados ao lazer, em *happy hour* e saídas à noite, e por último os restaurantes de culinária japonesa, que pode se entender como os de menor favoritismo da população.

Sendo assim, percebe-se que existe público para consumo dos empreendimentos alimentícios que existirão no edifício, porém o mercado é pouco explorado na cidade de Manhuaçu pelos comerciantes, percebendo que será de extrema relevância a implantação do projeto, uma vez que serão adotados todos os dados e preferências obtidas no questionário.

3. CONCLUSÃO

O presente artigo foi um estudo sobre as praças de alimentação já existentes, entendendo desde o ato de comer até a importância do local em que são feitas as refeições no dia a dia, além de compreender a evolução desses espaços destinados à alimentação, percebendo também o programa de necessidades adequado para que tal ambiente seja confortável e agradável para os consumidores.

Observou-se que existem excelentes exemplos no sentido do edifício a ser projetado, como o Mercado da Boca em Nova Lima – MG e o Eataly em São Paulo – SP, e assim foram feitos estudos de caso sobre cada um dos dois, com a maior riqueza de detalhes para entender o funcionamento e as necessidades desses locais, através de imagens da fachada e dos interiores, desenhos técnicos e falas dos arquitetos responsáveis e de pessoas que já frequentaram o espaço, além de críticas construtivas para entender suas vantagens e desvantagens.

Neste contexto, todos esses aspectos foram analisados para alcançar um resultado final ideal para cidade de Manhuaçu, percebendo que os serviços de alimentação já oferecidos não satisfazem totalmente à população, tanto moradora quanto flutuante, visto que a cidade tem um alto índice de pessoas de cidades vizinhas que se deslocam em busca dos serviços oferecidos, como médicos, lojas, supermercados, entre outros, carecendo assim de um forte comércio alimentício para atender a todos.

Com os resultados da pesquisa de opinião realizada, entende-se que a grande maioria das pessoas se interessaria pela inserção de uma praça de alimentação, e o quão benéfico ela seria para a rotina dos cidadãos. Se tornaria uma referência na cidade, com espaços atrativos para práticas sociais e culturais com maior conforto, variedade, qualidade e agilidade para os seus consumidores, além de oferecer muitas oportunidades de emprego e comércio próprio para a população, e, deste modo, se tornaria um ponto de encontro para lazer, alimentação, cultura e prazeres.

4. REFERÊNCIAS

ABNT NBR 9050. **Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.** 2015 – 148 páginas.

COLLAÇO, Janine. **Restaurantes de comida rápida, os, fast-foods, em praças de alimentação de shopping centers: transformações no comer.** Rio de Janeiro: Revista Cadernos de Campos, 2003.

COLLAÇO, Janine. **Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora.** Rio de Janeiro: Revista Cadernos de Campos, 2003.

DANSKI, Mitzy. **História e alimentação: o advento do *fast-food* em Curitiba.** Curitiba:UFPR, 2008.

DOITYTEAM. **Saiba quais são os principais métodos de pesquisa.** Maceió, 2018
Disponível em: <<https://doity.com.br/blog/metodos-de-pesquisa/>>
Acesso em: 5 abr. 2021.

EATALY. **O melhor da gastronomia italiana em um só lugar.** São Paulo, 2015
Disponível em: <<https://www.eataly.com.br/sobre-eataly/>>
Acesso em: 24 mai. 2021

Galeria da Arquitetura. **Praças de Alimentação.** São Paulo: AS BEA, 2019.
Disponível em:<<http://https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projetos/referencias-ambientes-c/128/pracas-de-alimentacao/>>. Acesso em: 19 abr. 2021

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social.** São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

GPA&A. **Novo espaço gastronômico projetado pela GPA&A.** Belo Horizonte: GPA&A Gustavo Penna Arquiteto e Associados, 2018. Disponível em:<<https://www.gustavopenna.com.br/single-post/2018/03/02/NOVO-ESPAÇO-GASTRONÔMICO>>. Acesso em: 21 mai. 2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). **Histórico de Manhuaçu – MG.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/manhuacu/panorama>>. Acesso em: 19mar. 2021.

LIMA, Thiago Hernandez de Souza. **As praças: história, uso e funções.** Marília: Revista de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da Unimar, 2003.

MARQUEZ, Ana. **Complexo Gastronômico Eataly São Paulo.** São Paulo: AS BEA, 2016. Disponível em:<[https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/espacounovo-arquitetura /eataly-sao-paulo/2933](https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/espacounovo-arquitetura/eataly-sao-paulo/2933)>. Acesso em: 24 mai. 2021.

MATEUS, Bruno. **Mercado da Boca, em Nova Lima, fecha as portas.** Belo Horizonte: Portal O Tempo, 2020. Disponível em:

<<https://www.otempo.com.br/diversao/mercado-da-boca-em-nova-lima-fecha-as-portas-1.2352620>>. Acesso em: 21 mai. 2021.

MELLO, Will. **Como funciona a Cozinha Industrial e sua estrutura**. Disponível em: <<https://apurariopardo.wordpress.com/2016/10/06/como-funciona-a-cozinha-industrial-e-sua-estrutura/>>. Acesso em: 12 mai. 2021.

PEREIRA, Matheus. **Mercado da Boca / Gustavo Penna Arquiteto e Associados + AR.Lo Arquitetos + Bloc Arquitetura**. 12 Abr 2019. ArchDaily Brasil. Acesso em 21 Mai 2021. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/914895/mercado-da-boca-gustavo-penna>. Acesso em 21 Mai 2021.

SÁ, Sylvia de. **Como é o comportamento do consumidor na praça de alimentação**. Rio de Janeiro: 2011. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/19415/como-e-o-comportamento-do-consumidor-na-praca-de-alimentacao.html>>. Acesso em: 12 maio 2021.

SALAZAR, Manoel Henrique Coelho. **Praças de alimentação de shopping centers: solução projetual para a bandeja em um estudo de caso**. Caruaru: UFPE, 2017.

SANTOS, Carlos Roberto. **A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa**. Curitiba: UFPR, 2005. Disponível em: <<http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/artigos/artigo001.htm>>. Acesso em: 19 mar. 2021.

VALENTE, Thiago et al. **Climatização da praça de alimentação de um grande shopping center orientada por simulação computacional**. São Paulo, SP, 2011.