

**SATISFAÇÃO DA CLIENTELA DO RESTAURANTE POPULAR DO CENTRO
ADMINISTRATIVO DE NATA/RN.**

**SATISFACTION OF THE CLIENTS OF THE ADMINISTRATIVE CENTER POPULAR
RESTAURANT IN NATAL/RN**

Ana Carla Dantas do Rêgo*

Carina Leite de Araujo**

*Graduanda em nutrição do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN

** Professora do curso de nutrição do UNI-RN, coordenadora do curso de nutrição da UNI-RN,
especialista em bioquímica dos alimentos pela UFRN, mestre em bioquímica pela UFRN.

Ana Carla Dantas do Rêgo

E-mail: anacarladas@gmail.com

Rua Adail das Pamplona de Menezes, nº 524 - Nova Parnamirim,

CEP: 59151-680

Telefone: (84) 8876 9116 / (84) 9801 7808

E-mail: anacarladas@gmail.com

Satisfação da Clientela do RPCA Nata/RN

SATISFAÇÃO DA CLIENTELA DO RESTAURANTE POPULAR DO CENTRO

ADMINISTRATIVO DE NATA/RN.

SATISFACTION OF THE CLIENTS OF THE ADMINISTRATIVE CENTER POPULAR RESTAURANT IN NATAL/RN

Ana Carla Dantas do Rêgo*

Carina Leite de Araujo**

*Graduanda em nutrição do Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN

** Professora do curso de nutrição do UNI-RN, coordenadora do curso de nutrição da UNI-RN, especialista em bioquímica dos alimentos pela UFRN, mestre em bioquímica pela UFRN.

RESUMO

A busca por uma alimentação fora de casa tem aumentado cerca de 15% ao ano, com isso elevando a preocupação por um estabelecimento que preste serviço sempre visando o bem dos clientes, além disso, uma refeição de qualidade e baixo custo. Assim o objetivo desse trabalho foi identificar o grau de satisfação dos usuários do Restaurante Popular do Centro Administrativo de Natal, em relação à qualidade da alimentação oferecida no restaurante popular considerando os aspectos relacionados ao atendimento, higiene das instalações, variedade do cardápio e quantidade dos alimentos ofertados. Observou-se que a maioria da clientela do Restaurante Popular do Centro Administrativo não está completamente satisfeita com o atendimento. Diante da realidade exposta observa-se a necessidade da realização de diagnóstico por parte da gerência do restaurante.

Palavras-chaves: Restaurante Popular, satisfação do cliente.

ABSTRACT

The search for food away from home has increased about 15% per year, thus raising concern for an establishment that provides service always seeking the good of customers, in addition, a quality meal and low cost. Thus the aim of this study was to identify the degree of satisfaction of users of the Administrative Center Popular Restaurant Christmas, regarding the quality of food offered in the popular restaurant considering the aspects related to the care, hygiene facilities, variety of menu and quantity of food offered. It was observed that most of the clientele of the Administrative Center Popular Restaurant're not completely satisfied with the service. Given the exposed reality shows the necessity of a diagnosis by the restaurant management.

Key-words: Popular restaurant and customer satisfaction

INTRODUÇÃO

O Restaurante Popular é uma instituição do Governo Federal, subsidiada pelo Governo do Estado e município, teve início em meados de 2000, tendo repercussão em várias cidades do Brasil. Aqui no RN os primeiros restaurantes populares surgiram em Natal e em Mossoró¹. Esse projeto faz parte da estrutura operacional do Sistema Nacional de Segurança Alimentar - SISAN, e tem apoio do programa do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDS², com objetivo de oferecer uma alimentação de qualidade com um custo baixo, ao trabalhador de baixa renda, aos desempregados, aos estudantes. E em maio no ano de dois mil e sete, foi inaugurado no bairro de Lagoa Nova em Natal/ RN, o restaurante popular do Centro Administrativo, onde são oferecidas oitocentas refeições ao dia, para os trabalhadores do Centro, estudantes, moradores do bairro onde é localizado o estabelecimento e funcionários de outras empresas próximas (informação verbal)¹.

“O projeto Restaurante Popular teve início em 2000 e gerou repercussão ao oferecer refeições com valores nutricionais adequados por apenas R\$ 1. É uma iniciativa do Governo Federal, subsidiada pelo Governo do Estado” (Ingrid de Andrade, 2009)”

“... Esses equipamentos integram a rede operacional do Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Sisan)... Além de fornecer refeição saudável e balanceada, os restaurantes têm espaços para atividades de desenvolvimento comunitário, estímulo ao cooperativismo, promoção da saúde e de educação alimentar, como palestras, oficinas e campanhas educativas. Também realizam outras atividades com fins culturais e de socialização, como shows, apresentações e reuniões da comunidade. Com apoio do MDS” (Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS)).

A cada dia o número de refeições realizadas fora de casa tem aumentado, chegando a 15% ao ano³. Em razão da grande variedade de ofertas de restaurantes, bares e lanchonetes pelo Brasil, sem falar do grande número de mulheres trabalhando fora do lar, à falta de tempo de preparar as refeições, pessoas que moram sozinhas e inúmeros fatores que contribuem para esse aumento³. Por isso a preocupação com a qualidade do serviço. Uma boa empresa prestadora de serviço de alimentação tem que fornecer benefícios e satisfação para os clientes, não só para a empresa. Dentre essa prestação de serviços de qualidade podemos referir à importância de um espaço físico adequado, que ofereça acomodação, conforto e higiene que proporcionem um momento de refeição agradável, funcionários bem treinados que tenham como foco a satisfação do cliente.

Não se pode esquecer o controle de qualidade dos alimentos, devem ser inofensivos e seguros, pois não devem apresentar contaminantes de natureza biológica, física ou químicas ou perigos a que venha oferecer comprometimento com a saúde do indivíduo. Segurança Alimentar existe quando todas as pessoas, em todo o tempo, têm acesso físico e econômico a alimentos seguros e nutritivos, em quantidade suficiente para atender às suas necessidades nutricionais e as preferências alimentares para uma vida ativa e saudável⁴.

Assim o objetivo desse trabalho foi identificar o perfil da clientela e avaliar o grau de satisfação da clientela do restaurante popular do Centro administrativo de Natal em relação à qualidade da alimentação oferecida no restaurante popular considerando os aspectos relacionados ao atendimento, higiene das instalações, variedade do cardápio e quantidade de alimentos ofertados.

MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho trata-se de uma pesquisa de campo exploratória com a finalidade de desenvolver hipótese, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura.

A população do estudo envolveu a clientela de ambos os sexos do restaurante popular do Centro Administrativo em Nata-RN na hora do almoço. O estudo foi realizado com 85 clientes frequentadores no período de Julho e Agosto de 2013.

A abordagem para realização da entrevista foi feita no momento em que o usuário esperava na fila para entrar no restaurante, ocorreu na portaria de acesso, onde, era orientado sobre toda pesquisa. A aplicação do questionário ocorreu após o consentimento do frequentador e sua assinatura no Termo de Consentimento Livre Esclarecido – TCLE⁵, no caso do comensal ser menor de idade o TCLE⁵ era assinado pelo responsável, na ausência do responsável o comensal era automaticamente excluído. O questionário foi composto por perguntas de múltipla escolha relacionadas com as características sociais da clientela e nível de satisfação quanto aos serviços prestados pelo restaurante. Na entrevista, todo o esclarecimento foi proporcionado em relação às questões propostas. Os indivíduos já entrevistados não eram repetidos para ambos os grupos, caso acontecesse, o substituto foi aquele que o procedeu na ordem de chegada ao restaurante.

RESULTADOS E DISCUSSOES

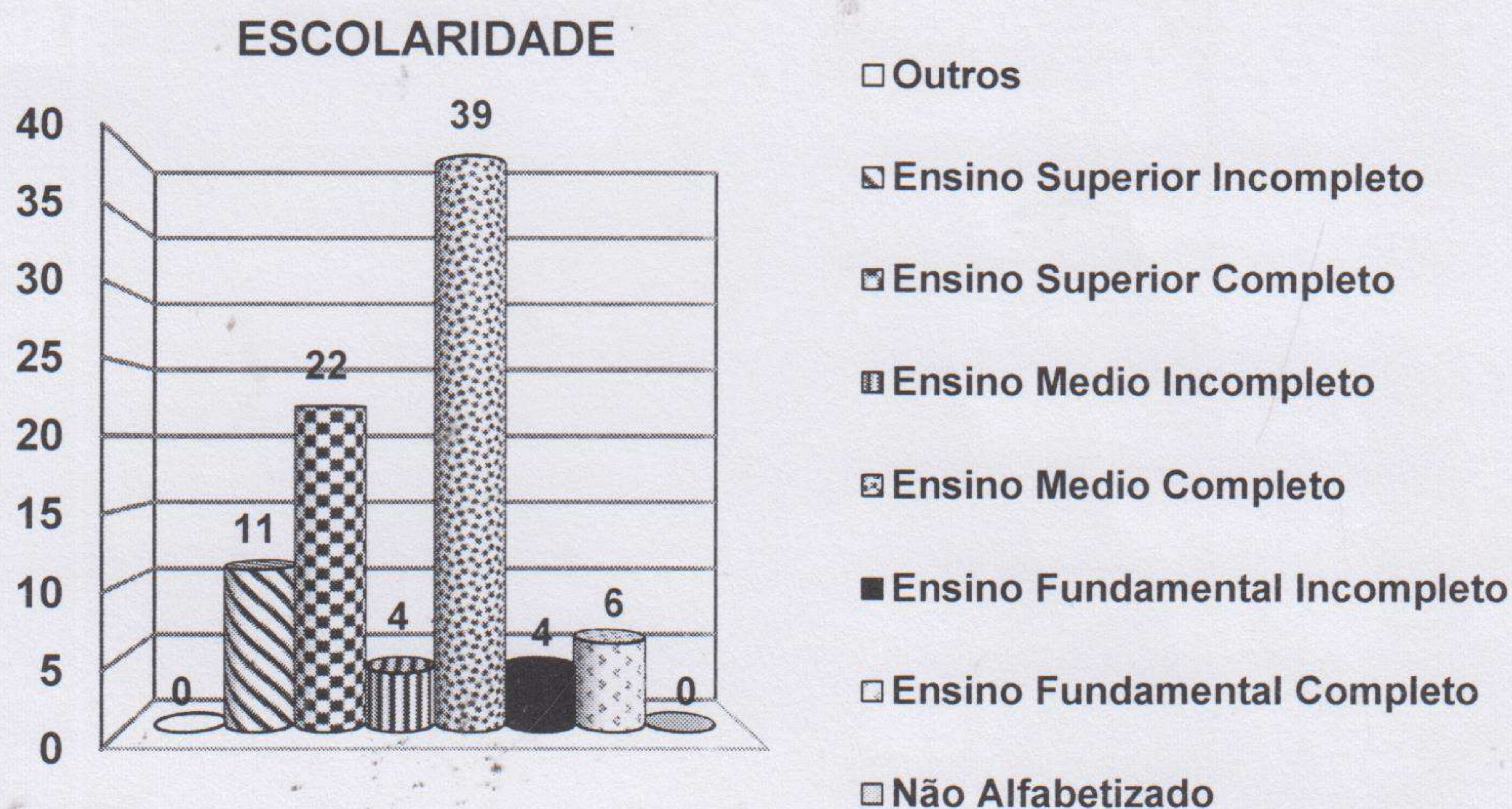
A pesquisa foi realizada entre os meses de julho e agosto de 2013, da qual participaram 85 clientes do Restaurante Popular. Os resultados foram tabulados com uso dos programas Microsoft Office Excel 2010.

Os dados apurados revelam 82,4% (n = 70) dos clientes do estabelecimento pesquisado é do sexo masculino, e 17,6% são mulheres (n_f = 15) dos quais, todos são adultos. Esses dados corroboram com estudo feito no restaurante popular de João Domingos Fassarela em Governador Valadares/MG – RPJDF⁶; onde observou-se que o sexo masculino também obteve um percentual maior que as mulheres, com a prevalência de 59%. Assim mostra que a população do sexo

masculino tem preferência de realizar suas refeições fora de casa, diferentemente do caso das mulheres que obteve um numero menor conforme os dados da pesquisa estudados.

No gráfico 1 é possível observar os resultados relacionados ao grau de escolaridade da clientela do RPCA - Natal/RN, mostrando que a boa parte dos clientes obteve um índice de escolaridade boa, entre o ensino médio e o superior, e nenhuma número contabilizado de analfabetismo. Referente a isso, a maioria foi de da clientela entrevistada apresenta ensino médio completo 40% (n = 39), o ensino médio incompleto 4,7% (n = 4), ensino superior completo 20% (n = 22), ensino superior incompleto 10% (n = 11), ensino fundamental 7% (n = 6) e ensino fundamental incompleto 4,7% (n = 4). Ao comparar com os censais do RPJDF⁶; observou-se também semelhança em relação ao grau de escolaridade, onde 36,5% apresentaram ensino médio completo.

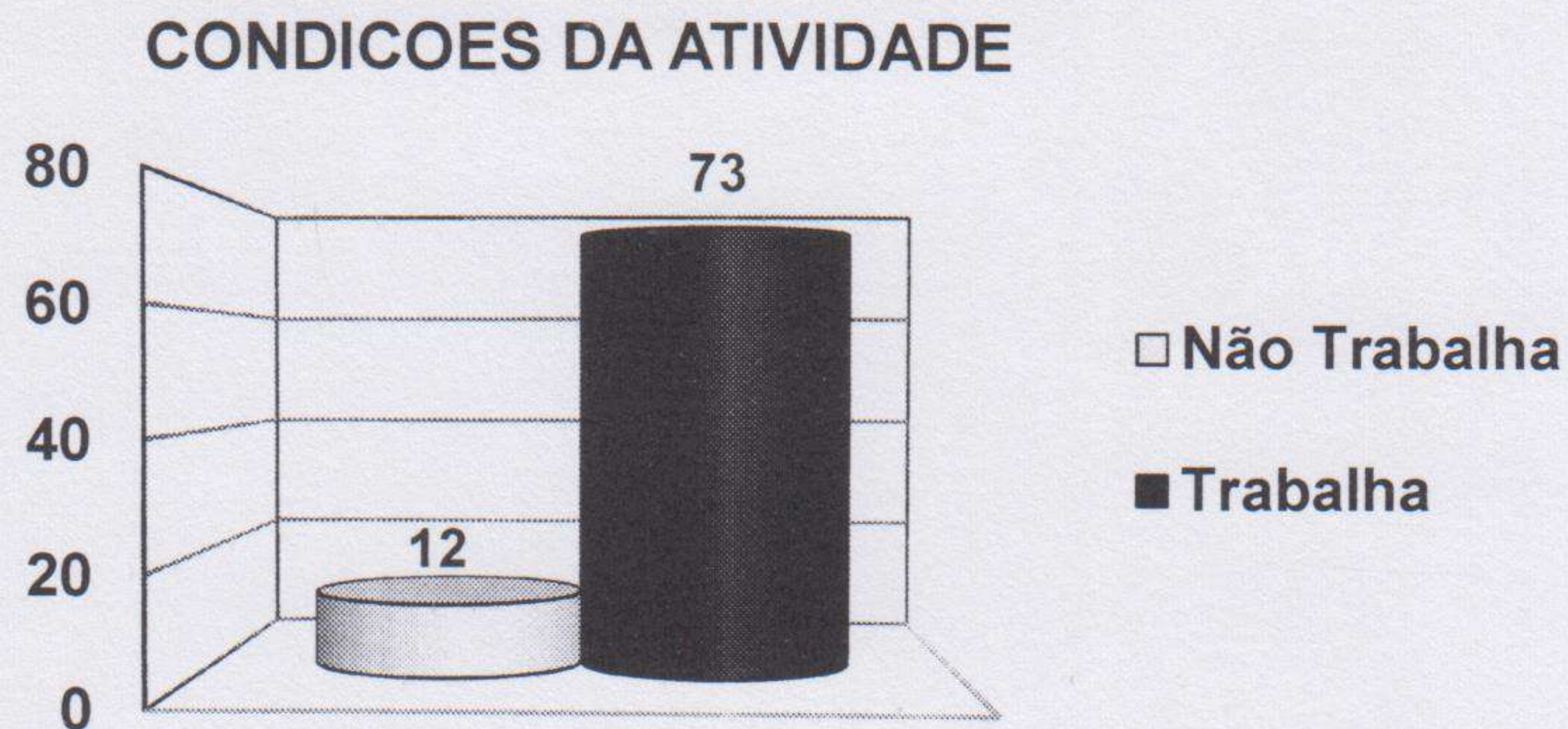
Figura 1: Caracterização da clientela do RPCA – Natal/RN, 2013; quanto ao grau de escolaridade.



Na Figura 2 mostra a distribuição da clientela em relação a sua ocupação remunerada, mostram que os clientes tem uma ocupação trabalhista, a pesar disso ainda existe uma porcentagem de pessoas que não nenhum vínculo empregadíssimo, conforme o resultado da pesquisa, os entrevistados relatou que trabalha no centro administrativo, onde fica situado o restaurante, outra parte do publico trabalha em empresas e obras próximo ao estabelecimento, já o restante são moradores do bairro e estudantes. A pesquisa demonstrou que grande parte da clientela, 85,9% (n= 73), possui ocupação remunerada e 10% (n = 12) não possui. Dentre os que possuem ocupação remunerada, a maioria trabalha no centro administrativo, onde fica situado o restaurante, outra parte do público trabalha em empresas e obras próximo ao estabelecimento, são moradores do bairro e estudantes. Estudo semelhante realizado no Restaurante Popular do município de Santa Maria/RS⁶.

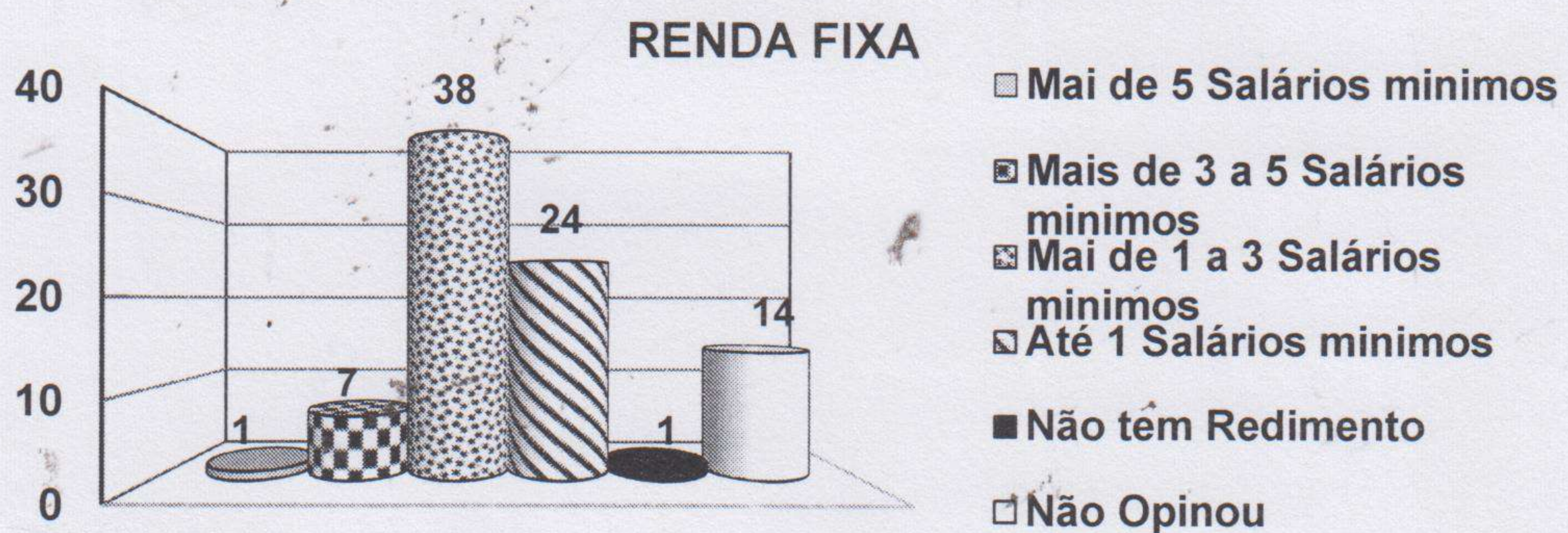
Observou-se que 6,4% dos entrevistados informaram estar sem trabalho, 54,5% estão participando do mercado de trabalho ativamente.

Figura 2: Caracterização da clientela do RPCA- Natal/RN, 2013; quanto à atividade econômica.



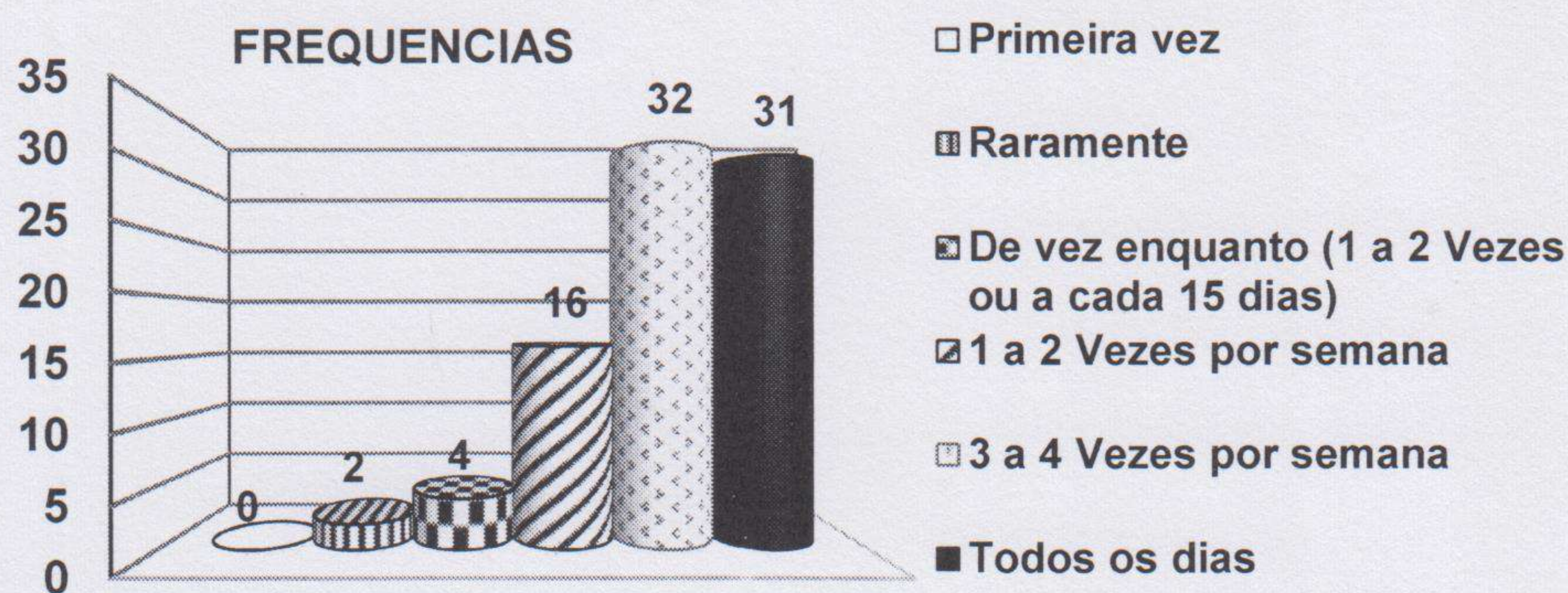
Com relação à renda mensal dos comensais, grande parte possui uma boa renda mensal, tendo em destaque 44,7% (n = 38) recebe de 1 a 3 salários mínimos, 28,2% (n = 24) faz até 1 salário mínimo por mês, 16,4% (n = 14) não quiseram opinar, uma pequena quantidade faz mais de 3 a 5 salários mínimos 8,2% (n = 7), outros 1,2% (n = 1) fazem mais de 5 salários mínimos, e 1,2% (n = 1) não tem rendimento, conforme apresentado no Gráfico 3. No estudo realizado no RPJDF⁶, O maior percentual (54,5%) de renda fixa foi também de 1 a 3 salários, corroborando com o presente estudo.

Figura 3: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto à renda fixa.



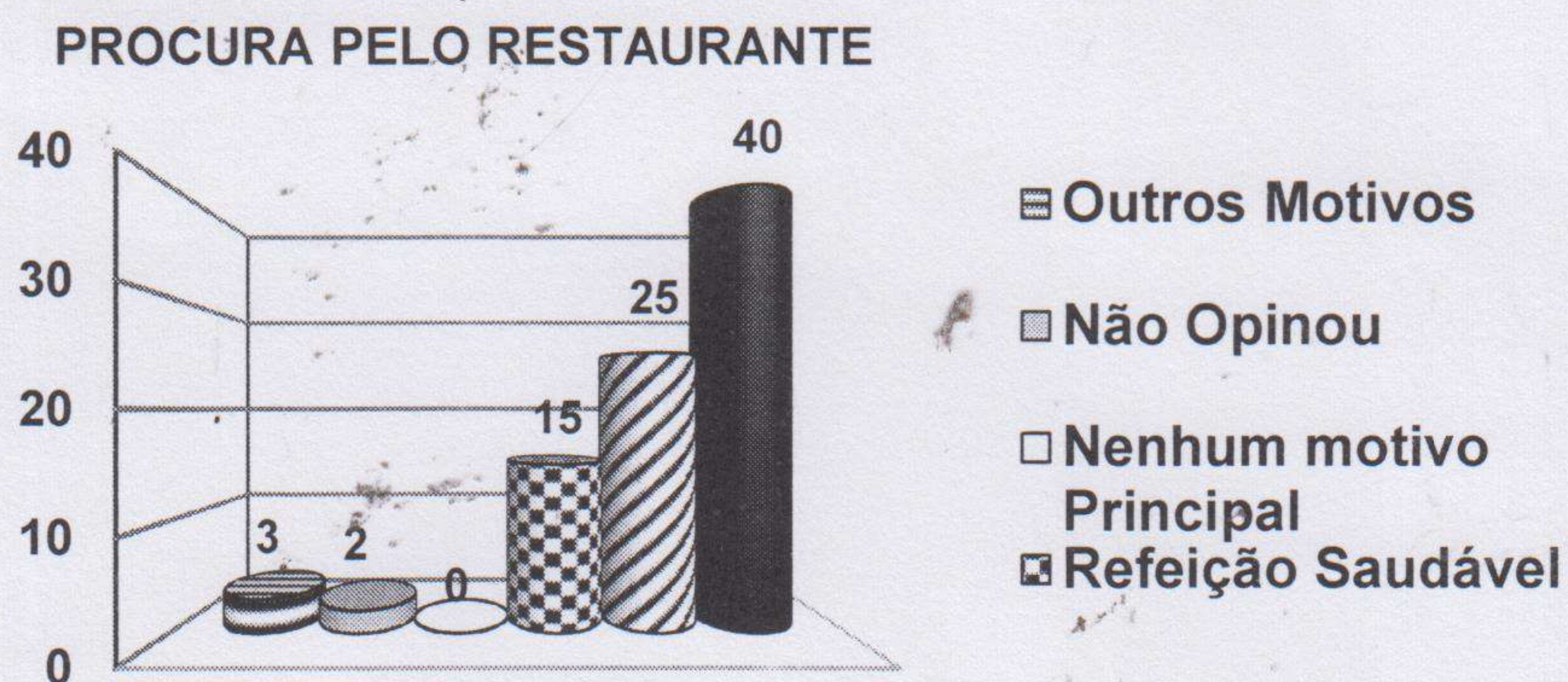
Em relação à frequência de vezes, mostra que os comensais tem certa preferência pelo restaurante de RPAC- Natal/RN (gráfico 4), identificando que 36,5% (n = 31) realiza a refeição do almoço todos os dias, 37,6% (n = 32), realiza as refeições 3 a 4 vezes por semana, 18,8% (n = 16) realiza 1 a 2 vezes por semana, 4,7% (n = 4) às vezes (1 a 2 vezes ou a cada 15 dias), e 2,4% (n = 2) raramente. No RPJDF⁶, também a maior frequência foi de 3 a 5 vezes por semanas, correspondente a 54,5%.

Figura 4: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto a frequência de vezes que frequenta o restaurante.



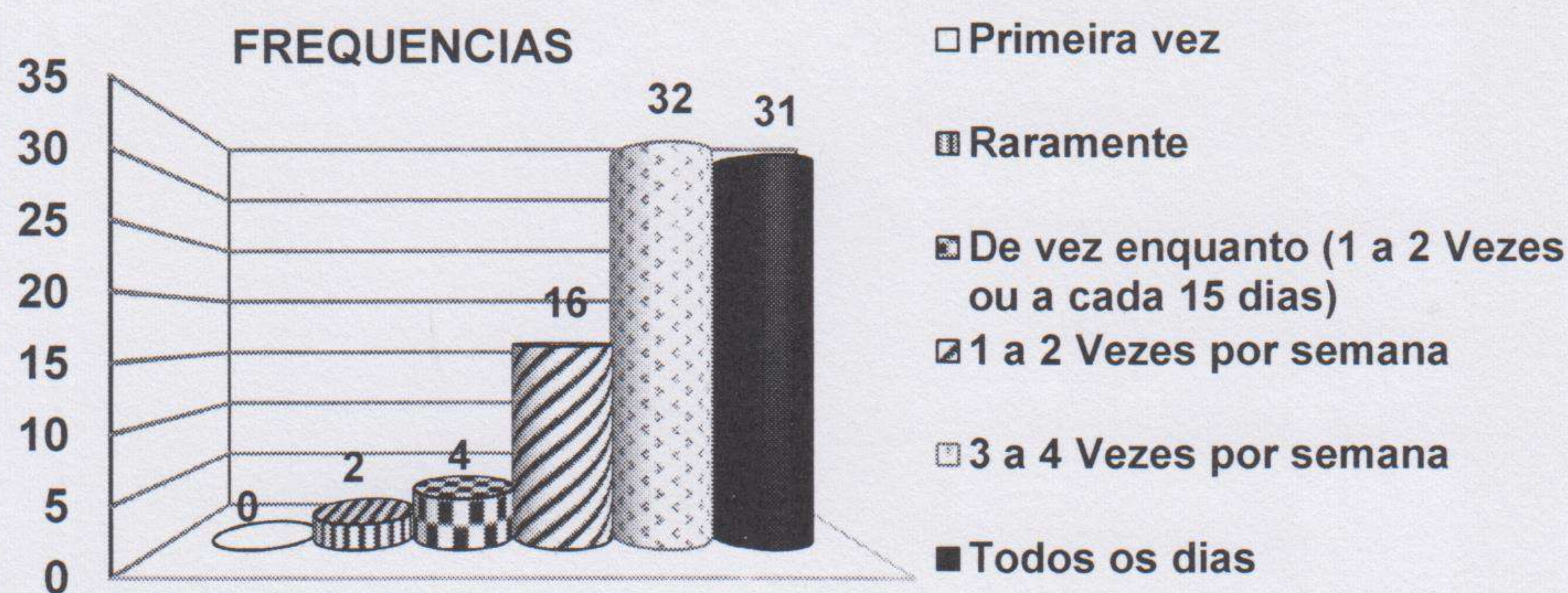
O principal motivo que influencia os clientes a procurarem pelo restaurante popular, 47,1% (n = 40), é o baixo custo da refeição (Gráfico 5). Aproximadamente 29,4% (n = 25) são influenciados pela localização, 17,6% (n = 15) por considerarem a refeição saudável, 3,5% (n=3) outros motivos e 2,4% (n = 2) não opinaram. Comparando com estudo realizado no Restaurante Popular Bom Prato do Município de Campinas⁸, 2008, no qual a maioria da clientela (68,2%) leva em consideração o baixo custo da refeição, 43,4% frequenta o local porque gostam da refeição fornecida e 17,8% porque é próximo do local de trabalho, constata-se semelhança entre os dois resultados.

Figura 5: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto ao motivo que influencia a procura pelo restaurante.



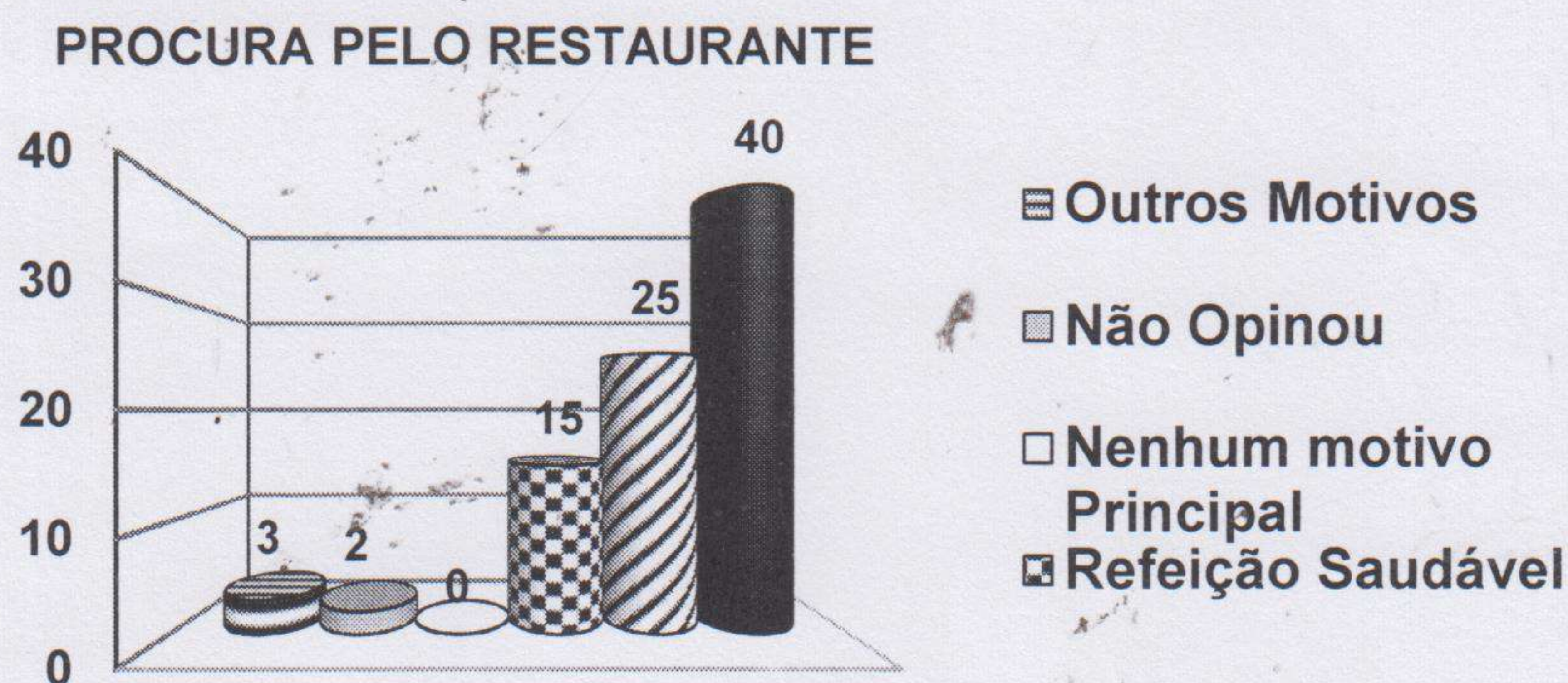
Ao avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo restaurante, tais como: qualidade da refeição servida, higienização do refeitório, conforto e acomodação, organização do restaurante, funcionários e agilidade no atendimento (gráfico 6), observou-se que a maioria dos entrevistados consideraram boa a qualidade da refeição servida 61,2% (n = 52); a variedade do cardápio 47,1% (n = 40), a higiene do refeitório 61,2% (n = 52), e a avaliação dos funcionários 51,8% (n = 44). O presente estudo corrobora com pesquisas realizadas no Restaurante Popular Mesa do Povo em

Figura 4: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto a frequência de vezes que frequenta o restaurante.



O principal motivo que influencia os clientes a procurarem pelo restaurante popular, 47,1% (n = 40), é o baixo custo da refeição (Gráfico 5). Aproximadamente 29,4% (n = 25) são influenciados pela localização, 17,6% (n = 15) por considerarem a refeição saudável, 3,5% (n=3) outros motivos e 2,4% (n = 2) não opinaram. Comparando com estudo realizado no Restaurante Popular Bom Prato do Município de Campinas⁸, 2008, no qual a maioria da clientela (68,2%) leva em consideração o baixo custo da refeição, 43,4% frequenta o local porque gostam da refeição fornecida e 17,8% porque é próximo do local de trabalho, constata-se semelhança entre os dois resultados.

Figura 5: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto ao motivo que influencia a procura pelo restaurante.



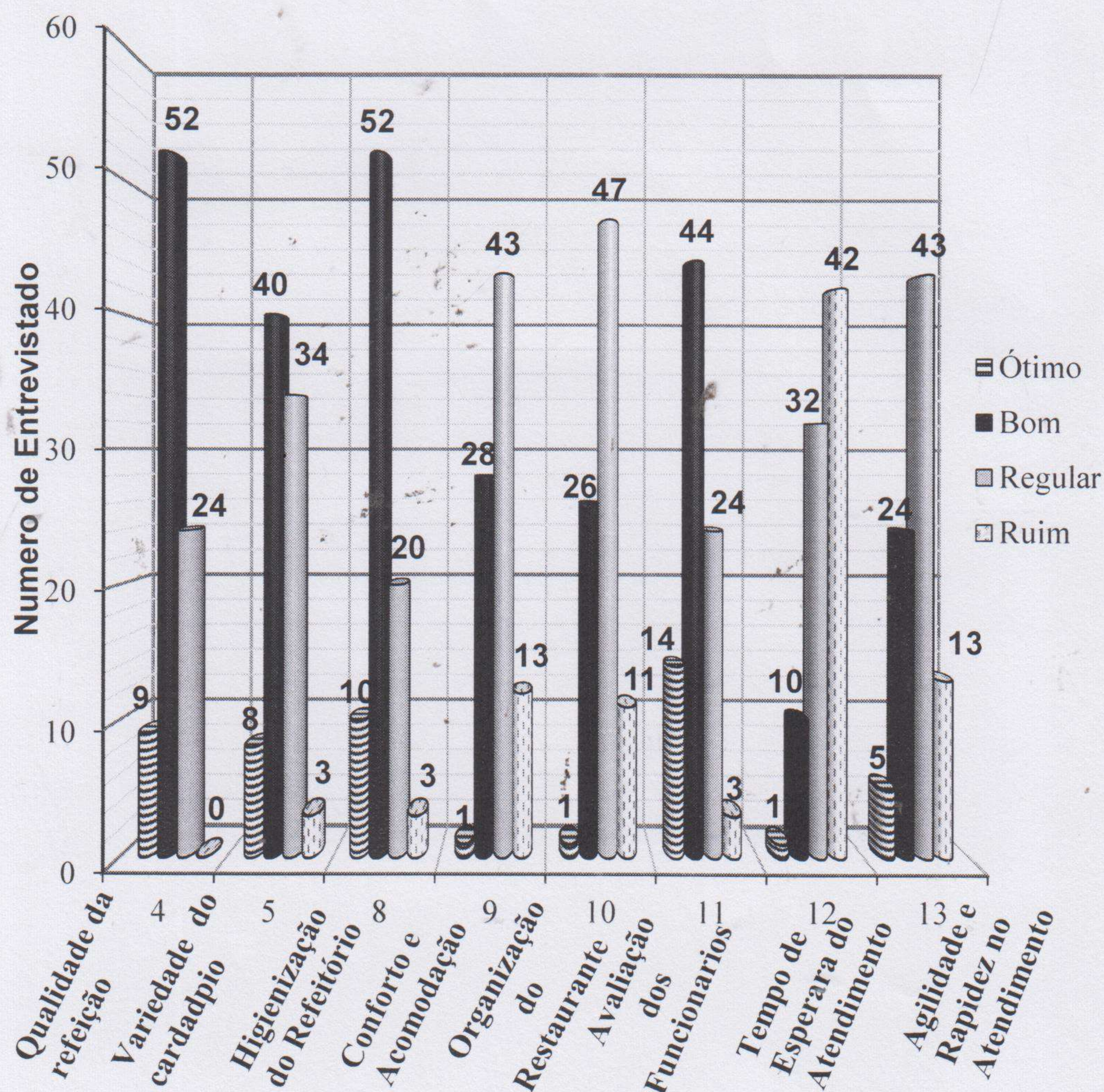
Ao avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo restaurante, tais como: qualidade da refeição servida, higienização do refeitório, conforto e acomodação, organização do restaurante, funcionários e agilidade no atendimento (gráfico 6), observou-se que a maioria dos entrevistados consideraram boa a qualidade da refeição servida 61,2% (n = 52); a variedade do cardápio 47,1% (n = 40), a higiene do refeitório 61,2% (n = 52), e a avaliação dos funcionários 51,8% (n = 44). O presente estudo corrobora com pesquisas realizadas no Restaurante Popular Mesa do Povo em

Fortaleza/CE⁹; no qual 49,0% também classificaram como boa a qualidade da refeição servida, e no Restaurante Popular de Piauí – Uso e Aceitação¹⁰, onde 48,0%, dos entrevistados consideraram boa a variedade do cardápio. Em outra pesquisa de opinião pública realizada em restaurante popular no ano de 2005, sobre o quesito higiene e limpeza da cozinha, constatou-se que 43% dos entrevistados consideraram a higienização de boa qualidade.

Foi classificado como regular a opinião dos entrevistados em relação ao conforto e acomodação 50,5% (n = 43) e organização do restaurante 55,3% (n = 47). Conforme ao Relatório da Pesquisa no Restaurante Popular de Piauí – Uso e Aceitação¹⁰, avaliaram em sua maioria (45,0%) que o espaço físico do Restaurante Popular é Ótimo.

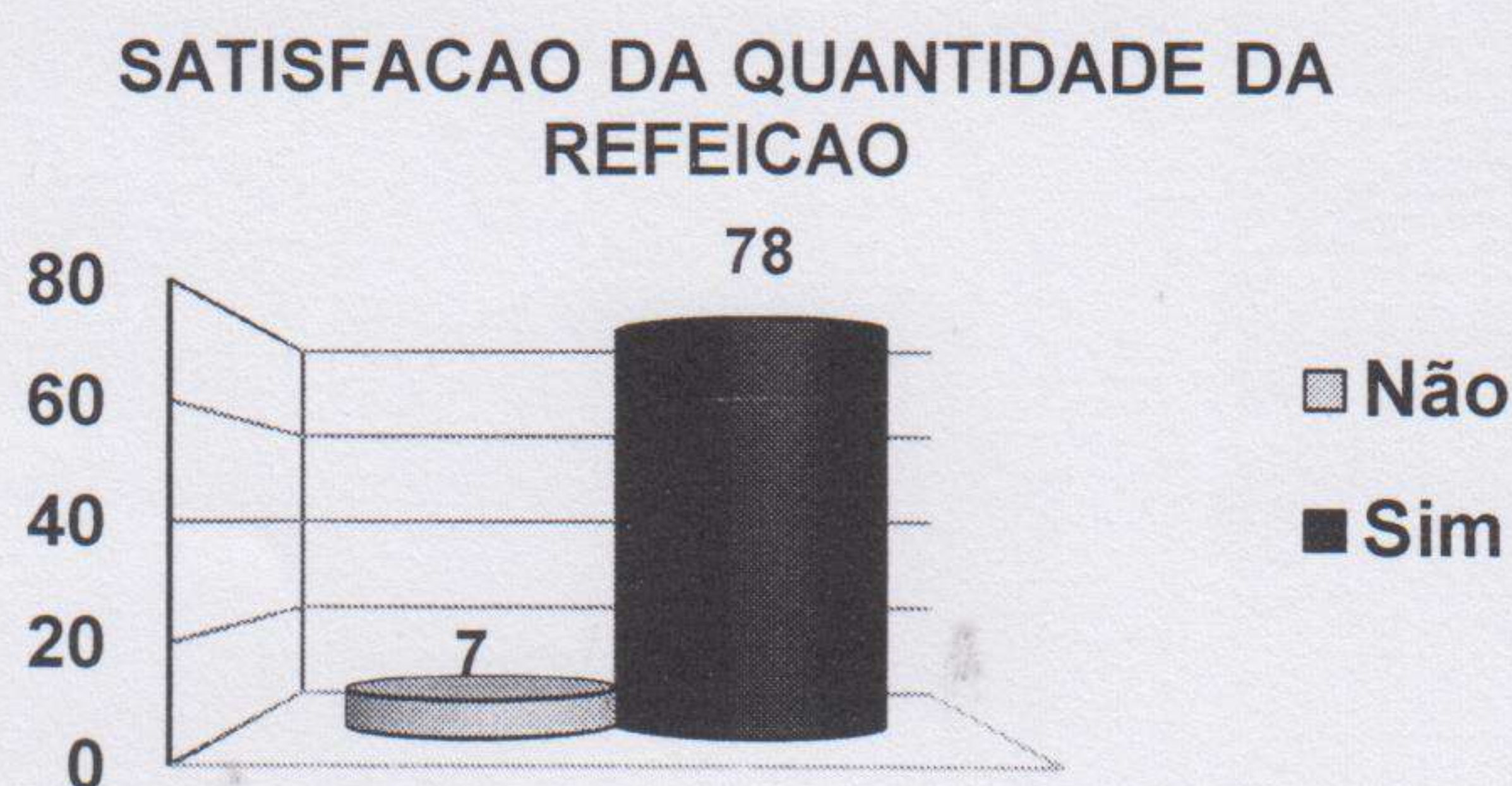
No aspecto do tempo de espera pelo atendimento conforme a pesquisa 49,4% (n = 42) afirmou ser ruim, como representado no gráfico 6. Na pesquisa de opinião pública de usuários do Restaurante Popular¹¹, 65% avaliaram ótimo ou bom, 20% de regular e 14% de ruim ou péssimo. Já no RPJDF– G.V5, a agilidade e rapidez no atendimento dentre todos os aspectos foi bem avaliada, com a maior média atribuídas sendo considerada boa.

Figura 6: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto à satisfação dos serviços prestados.



Sob a satisfação da clientela em relação à satisfação da quantidade da refeição servida 91,8% (n = 78) dos entrevistados classificaram como boa, que se sentem saciados e 8,2% (n = 7) não, como representado no gráfico 7. Comparando com o Restaurante Popular Mesa do Povo no Ceará⁹; 2006 a maioria responderam que sempre se sentem satisfeito, resultado semelhante ao presente estudo.

Figura 7: Caracterização da clientela do RPAC- Natal/RN, 2013; quanto à satisfação pela quantidade da refeição.



CONCLUSÃO

Observou-se que a maioria dos usuários do Restaurante Popular do Centro Administrativo não está completamente satisfeitos com o atendimento. Entretanto, em relação à higiene do ambiente, variedade do cardápio e quantidade de alimentos ofertados obteve-se um bom grau de satisfação da clientela. Diante da realidade exposta observa-se a necessidade de realização do diagnóstico por parte da gerência do restaurante, sobre os motivos que impedem uma melhor prestação de serviço ao cliente em relação aos quesitos analisados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Andrade I. Restaurante Popular serve 12.800 refeições diárias – Natal. 2009. Disponível em: www.operiodico.com.br/internas. Acesso em: 25 set. 2013.

2. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) Disponível: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/03/28/ministerio-recebe-propostas-para-abertura-de-restaurantes-populares-ate-13-de-abril> Acesso em: 23 set. 2013.

3. Farias A, Anuário Brasileiro da Alimentação Fora do Lar. Ministério da Saúde. Política Nacional de Alimentação e Nutrição - PNAN. Brasília. Ministério da Saúde, 2012. http://issuu.com/aforadolar/docs/anuario_da_alimentacao_fora_do_lar Acesso em: 25 set. 2013.
4. Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. Brasília: Ministério da Saúde, 2006.
5. Instituição Comitê de Ética em Pesquisa – Modelo: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Disponível em: http://www.asc.es.edu.br/?p=comiteetica_modelo. Acesso em 29 set. 2013
6. Coelho L, Silvia A, Pereira F, Almeida Nizia. Perfil dos comensais e avaliação pelos usuários do restaurante popular João Domingos Fassarela, Governador Valadares– MG. Nutrição Brasil 2012; 11: 1 - 55.
7. Portella E, Basso C, Medina V. Perfil do usuário do restaurante popular da cidade de Santa Maria – RS. Disciplinarum Scientia. Série: Ciências da Saúde, Santa Maria 2013; 14, 1, 111-117.
8. Gobato R, Panigassi G, Villalba J. Identificação do perfil de usuários de um Restaurante Popular do Município de Campinas. Segurança alimentar e nutricional. São Paulo. 2011 17(2), 14-25.
9. Araújo F. Aspectos de alimentares, nutricionais e condição socioeconômica dos usuários do restaurante popular mesa do povo. Universidade Estadual do Ceará - Fortaleza; 2006
10. RELATÓRIO DA PESQUISA “Restaurante Popular – Uso e Aceitação”. Fundação CEPRO/pesquisa direta. 2011
11. Levantamento do Perfil dos Usuários de Restaurantes Populares. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Brasília. Dezembro de 2008.

12. CGAN- Coordenação Geral de Alimentação e Nutrição. Disponível em <http://nutricao.saude.gov.br>. Acesso em: 25 set. 2013 Ministério da Saúde. Política Nacional de Alimentação e Nutrição - PNAN. Brasília: Ministério da Saúde. Brasil, 2012.
13. Administração na alimentação coletiva, Senac-SP 2007. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/46526165/livro-senac> Acesso em 25 set. 2013
14. Marconi M, Lakatos E: Técnica de Pesquisa: Planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisa. 4. ed.- São Paulo. Editora: Atlas; 1999
15. Termo de Consentimento para Participação em Pesquisa Clínica. Disponível em: http://www.uninove.br/PDFs/Pesquisa/Termo_consentimento_2009_TCLE.pdf. Acesso em 20 ago. 2013
16. Jr Silva, Eneo Alves da Manual de: Controle Higiênico Sanitário em Serviços de Alimentação. – São Paulo: Livraria Varela, 1995.
17. EVANGELISTA J. Alimentos: Um Estudo Abrangente: Nutrição. Utilização, Alimentos Especiais e Irradiados, Coadjuvantes, Contaminação, Interação / São Paulo: Editora Atheneu; 2005.
18. Poenca P, Souza A. Qualidade nutricional e sensorial na produção de refeição. Florianópolis. Ed. Da UFSC, 2005
19. Abreu E, Neumann M, Pinto A. Gestão de Unidades de Alimentação e Nutrição: um modo de fazer. 4. ed. São Paulo. Editora: Meltha; 2011
20. Teixeira S, Oliveira Z. Administração Aplicada as Unidade e Nutrição. São Paulo. Editora Atheneu; 2007.
21. Moreira E, Garcia P. Abordagem dietoterápica em adultos (Nutrição e Metabolismo). Rio De Janeiro. Editora da serie Helio Vannuch – Guanabara Koogan; 2008.

23. Silva S, Bernardes S. Cardápio: Guia Prático para a elaboração. São Paulo. Editora Atheneu/ Centro Universitário São Camilo; 2004

24. AKUTSU R, Botelho R.. A ficha técnica de preparação como instrumento de qualidade na porção de refeição. Revista de Nutrição 2005; mar/abril.

NORMAS DE PUBLICAÇÃO PARA ARTIGOS ORIGINAIS DA REVISTA NUTRICAÇÃO BRASIL

1. Normas gerais

1.1 Os artigos enviados deverão estar digitados em processador de texto (Word), em página de formato A4, formatado da seguinte maneira: fonte Times Roman (English Times) tamanho 12, com todas as formatações de texto, tais como negrito, itálico, sobrescrito, etc.

1.2 Numere as tabelas em romano, com as legendas para cada tabela junto à mesma.

1.3 Numere as figuras em arábico, e envie de acordo com as especificações anteriores.

As imagens devem estar em tons de cinza, jamais coloridas, e com resolução de qualidade gráfica (300 dpi). Fotos e desenhos devem estar digitalizados e nos formatos .tif ou .gif.

1.4 As seções dos artigos originais são estas: resumo, introdução, material e métodos, resultados, discussão, conclusão e bibliografia. O autor deve ser o responsável pela tradução do resumo para o inglês e também das palavras-chave (key-words). O envio deve ser efetuado em arquivo, por meio de disquete, CD-ROM ou e-mail. Para os artigos enviados por correio em mídia magnética (disquetes, etc) anexar uma cópia impressa e identificar com etiqueta no disquete ou CD-ROM o nome do artigo, data e autor.

2. Página de apresentação

A primeira página do artigo apresentará as seguintes informações:

- Título em português, inglês e espanhol.
- Nome completo dos autores, com a qualificação curricular e títulos acadêmicos.
- Local de trabalho dos autores.
- Autor que se responsabiliza pela correspondência, com o respectivo endereço, telefone e E-mail.
- Título abreviado do artigo, com não mais de 40 toques, para paginação.
- As fontes de contribuição ao artigo, tais como equipe, aparelhos, etc.

3. Autoria

Todas as pessoas consignadas como autores devem ter participado do trabalho o suficiente para assumir a responsabilidade pública do seu conteúdo.

O crédito como autor se baseará unicamente nas contribuições essenciais que são: a) a concepção e desenvolvimento, a análise e interpretação dos dados; b) a redação do artigo ou a

revisão crítica de uma parte importante de seu conteúdo intelectual; c) a aprovação definitiva da versão que será publicada. Deverão ser cumpridas simultaneamente as condições a), b) e c). A participação exclusivamente na obtenção de recursos ou na coleta de dados não justifica a participação como autor. A supervisão geral do grupo de pesquisa também não é suficiente. Os Editores podem solicitar justificativa para a inclusão de autores durante o processo de revisão do manuscrito, especialmente se o total de autores exceder seis.

4. Resumo e palavras-chave (Abstract, Key-words)

Na segunda página deverá conter um resumo (com no máximo 150 palavras para resumos não estruturados e 200 palavras para os estruturados), seguido da versão em inglês e espanhol.

O conteúdo do resumo deve conter as seguintes informações:

- Objetivos do estudo.
- Procedimentos básicos empregados (amostragem, metodologia, análise).
- Descobertas principais do estudo (dados concretos e estatísticos).
- Conclusão do estudo, destacando os aspectos de maior novidade.

Em seguida os autores deverão indicar quatro palavras-chave para facilitar a indexação do artigo. Para tanto deverão utilizar os termos utilizados na lista dos DeCS (Descritores em Ciências da Saúde) da Biblioteca Virtual da Saúde, que se encontra no endereço Internet seguinte: <http://decs.bvs.br>. Na medida do possível, é melhor usar os descritores existentes.

5. Agradecimentos

Os agradecimentos de pessoas, colaboradores, auxílio financeiro e material, incluindo auxílio governamental e/ou de laboratórios farmacêuticos devem ser inseridos no final do artigo, antes as referências, em uma seção especial.

6. Referências

As referências bibliográficas devem seguir o estilo Vancouver definido nos Requisitos Uniformes. As referências bibliográficas devem ser numeradas por numerais arábicos entre parênteses e relacionadas em ordem na qual aparecem no texto, seguindo as seguintes normas: Livros – Número de ordem, sobrenome do autor, letras iniciais de seu nome, ponto, título do capítulo, ponto, In: autor do livro (se diferente do capítulo), ponto, título do livro (em grifo – itálico), ponto, local da edição, dois pontos, editora, ponto e vírgula, ano da impressão, ponto, páginas inicial e final, ponto.

Exemplo:

1. Phillips SJ, Hypertension and Stroke. In: Laragh JH, editor. Hypertension: pathophysiology, diagnosis and management. 2nd ed. New-York: Raven press; 1995. p.465-78.

Artigos – Número de ordem, sobrenome do(s) autor(es), letras iniciais de seus nomes (sem pontos nem espaço), ponto. Título do trabalho, ponto. Título da revista ano de publicação seguido de ponto e vírgula, número do volume seguido de dois pontos, páginas inicial e final, ponto. Não utilizar maiúsculas ou itálicos. Os títulos das revistas são abreviados de acordo com o Index Medicus, na publicação List of Journals Indexed in Index Medicus ou com a lista das revistas nacionais, disponível no site da Biblioteca Virtual de Saúde (www.bireme.br). Devem ser citados todos os autores até 6 autores. Quando mais de 6, colocar a abreviação latina et al.

Exemplo:

Yamamoto M, Sawaya R, Mohanam S. Expression and localization of urokinase-type plasminogen activator receptor in human gliomas. Cancer Res 1994;54:5016-20.

Os artigos, cartas e resumos devem ser enviados para o seguinte endereço de e-mail: artigos@atlanticaeditora.com.br