

DOI: 10.35621/23587490.v12.n1.p116-128

AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DO CENTRO DE COMERCIALIZAÇÃO DA FEIRA DA FRUTA CAJAZEIRAS-PB

EVALUATION OF THE PERCEPTION OF USERS OF THE FRUIT FAIR MARKETING CENTER IN CAJAZEIRAS-PB

Rodrigo Cavalcante Martins
Mariana Goldfarb Oliveira
Yanna Karla Garcia da Silva
Emanoella Bella Sarmiento S. E. Matias

RESUMO: Objetivo: A presente pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção dos usuários sobre a reforma da praça da feira das frutas, localizada na Avenida Celso Matos da cidade de Cajazeiras alto sertão da Paraíba, também conhecida praça Major Chiquinho. Bem como verificar a funcionalidade após o início de seu uso, a fim de proporcionar dados para melhorar projetos futuros e adequações necessárias, além organização dos espaços, condições ambientais (ventilação, iluminação, conforto térmico), acessibilidade, infraestrutura e impacto para os feirantes e consumidores. **Método:** A natureza da pesquisa parte do ponto de identificação de problemas da praça a partir de uma análise de percepção dos usuários do Centro de Comercialização da Feira das Frutas, tendo em vista que o objeto de estudo trata-se de um ambiente físico já consolidado, através de entrevistas anônimas com os usuários sobre o funcionamento da feira das frutas e identificar a percepção dos usuários no momento em que a feira estava acontecendo. **Resultados:** O estudo abordado realizado no Centro de Comercialização da Feira das Frutas em Cajazeiras - PB contou com a participação de 40 respondentes, incluindo comerciantes, consumidores e visitantes regulares, o estudo revelou dados importantes sobre as características gerais da praça, atendendo ao objetivo de avaliar a percepção dos usuários do local em questão. Os resultados levaram o estudo a compreensão de diversos aspectos relacionados ao tema, sendo possível analisar a percepção dos usuários acerca do lazer; acessibilidade; coleta de lixo; estrutura para os feirantes; conforto térmico; iluminação; acústica; paisagismo escolhido e mobiliário urbano. Com isso, destacou-se com um índice de 57,5% dos entrevistados, enquanto 25% notaram patologias na infraestrutura da praça. Essas percepções coletadas serão

fundamentais para embasar futuras intervenções que visem transformar o Centro de Comercialização da Feira das Frutas em um espaço mais acolhedor e funcional. **Conclusão:** Pode-se concluir que a percepção de grande parte dos usuários investigados sobre o Centro de Comercialização da Feira das Frutas da cidade de Cajazeiras - PB, indica insatisfação em diversos aspectos, aspectos estes destacados no presente estudo. Dessa forma, a partir dos dados obtivos, percebe-se a necessidade de melhorias na infraestrutura de um modo geral, cujo foco é gerar satisfação dos comerciantes e consumidores.

Palavras-chave: Comerciantes; Consumidores; Feira; Percepção; Praça.

ABSTRACT: Objective: This research aimed to evaluate users' perceptions of the renovation of the fruit fair square, located on Celso Matos Avenue in the city of Cajazeiras Alto Sertão da Paraíba, also known as Major Chiquinho Square. As well as to verify its functionality after the beginning of its use, in order to provide data to improve future projects and necessary adaptations, in addition to organization of spaces, environmental conditions (ventilation, lighting, thermal comfort), accessibility, infrastructure and impact on stallholders and consumers. **Method:** The nature of the research starts from the point of identifying problems in the square from an analysis of the perception of users of the Fruit Fair Marketing Center, considering that the object of study is an already consolidated physical environment, through anonymous interviews with users about the functioning of the fruit fair and to identify the perception of users at the time the fair was taking place. **Results:** The study conducted at the Fruit Fair Marketing Center in Cajazeiras - PB had the participation of 40 respondents, including traders, consumers and regular visitors. The study revealed important data on the overall characteristics of the square, meeting the objective of evaluating the perception of users of the place in question. The results led the study to understand several aspects related to the theme, being possible to analyze the users' perception about leisure; accessibility; garbage collection; structure for the vendors; thermal comfort; lighting; acoustics; chosen landscaping and urban furniture. With this, it stood out with an index of 57.5% of the interviewees, while 25% noticed pathologies in the infrastructure of the square. These collected perceptions will be fundamental to support future interventions that aim to transform the Fruit Fair Marketing Center into a more welcoming and functional space. **Conclusion:** It can be concluded that the perception of most of the users investigated about the Commercialization Center of the Fruit Fair in the city of Cajazeiras - PB, indicates dissatisfaction in several aspects, aspects that are highlighted in this study. Thus, from the data obtained, it is clear that there is a need for improvements in the infrastructure in general, with the focus being on generating satisfaction among traders and consumers.

Keywords: Merchants; Consumers; Fair; Perception; Square.