

## **Rua da Cidadania Matriz da cidade de Curitiba: percepções e expectativas de lojistas e consumidores**

Fabio H. Feltrin – Universidade Tuiuti do Paraná – [fabio@utp.br](mailto:fabio@utp.br)

Silvana T. Hastreiter – [silvana.hastreiter@hotmail.com](mailto:silvana.hastreiter@hotmail.com)

Miriam Stolses Mazo – Universidade Tuiuti do Paraná – [mstolses@yahoo.com.br](mailto:mstolses@yahoo.com.br)

Andréa de Albuquerque de Lima – Universidade Tuiuti do Paraná –  
[andrea.albuquerque@utp.br](mailto:andrea.albuquerque@utp.br)

### **Área temática:** Técnicas de análise de dados

**Resumo:** Este case apresenta um estudo quantitativo realizado com lojistas e consumidores da Rua da Cidadania Matriz em Curitiba. O local foi criado com o propósito de descentralizar os serviços prestados pela prefeitura e abrigar os camelôs que atuavam na praça central da cidade. Foi realizada uma pesquisa descritiva por meio de entrevista pessoal com 142 lojistas (que representam 192 boxes de um total de 425) e com 212 consumidores. A realização desse estudo possibilitou proporcionar aos diretores da Rua da Cidadania um maior conhecimento sobre as opiniões dos públicos que a frequentam (lojistas e consumidores), além de se tornar para os professores da Universidade Tuiuti do Paraná um rico material acadêmico para utilizarem em sala de aula, mostrando aos alunos a aplicação da pesquisa de mercado como uma das ferramentas do marketing para auxiliar na tomada de decisões.