

IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DA FLEXIBILIZAÇÃO DO HORÁRIO COMERCIAL: A PERSPECTIVA DOS CONSUMIDORES DE FRAIBURGO/SC

Leandro Hupalo¹
Gabriela Elizabeth Alves dos Santos²

RESUMO

As formas de consumo estão mudando nos últimos anos, sobretudo em detrimento da pandemia do coronavírus, que influenciou consideravelmente as relações entre comerciantes e consumidores no mundo. A presente pesquisa teve como objetivo identificar os impactos socioeconômicos da flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo/SC sob a perspectiva dos consumidores. A pesquisa dividiu-se em dois momentos: reuniões com representantes da CDL, ACIAF e Prefeitura de Fraiburgo para a elaboração de questionário específico e aplicação do questionário eletrônico para a população fraiburguense. Ao todo, foram consideradas aptas para a pesquisa uma amostra de 353 respostas que, considerando-se o universo da pesquisa, obtém-se um nível de confiança de 95%. Como resultado, identificou-se que 69,12% dos respondentes afirmam que são favoráveis à flexibilização do horário do comércio, e que destes, 87,30% afirmam que passariam a comprar mais. De modo geral, para 75,35% dos respondentes a flexibilização seria responsável pela geração de novos postos de trabalho. Como consequência pela falta de flexibilização atualmente, 41,64% dos respondentes tiveram que se deslocar para outro município para efetuar alguma compra, sendo que para 75,15% destes o destino foi Videira, que possui a flexibilização do horário do comércio.

Palavras-chave: Flexibilização. Comércio. Consumo. Fraiburgo. Economia.

SOCIOECONOMIC IMPACTS OF FLEXIBLE BUSINESS HOURS: CONSUMERS' PERSPECTIVE IN FRAIBURGO, SANTA CATARINA

ABSTRACT

Consumption patterns have been changing in recent years, especially due to the coronavirus pandemic, which significantly influenced the relationships between merchants and consumers worldwide. This research aimed to identify the socioeconomic impacts of flexible business hours in Fraiburgo, Santa Catarina, from the consumers' perspective. The study was divided into two phases: meetings with representatives from CDL, ACIAF, and the Fraiburgo City Hall to develop a specific questionnaire, followed by the application of the electronic questionnaire to the local population. A total of 353 valid responses were collected, resulting in a confidence level of 95% considering the research universe. The results show that 69.12% of respondents are in favor of flexible business hours, and among them, 87.30% stated they would increase their purchases. In general, 75.35% of participants believe that such flexibility would lead to the creation of new jobs. As a consequence of the current lack of flexibility, 41.64% of respondents reported having to travel to another municipality to make purchases; among them, 75.15% indicated Videira—where commercial hours are more flexible—as their destination.

Keywords: Flexibility. Retail. Consumption. Fraiburgo. Economy.

INTRODUÇÃO

Estudos demonstram que a flexibilidade no horário do comércio pode impactar significativamente a satisfação do usuário. Por exemplo, Pires *et al.* (2020) indicam que a limitação de

¹ Mestre em Educação (UFFS) e Doutorando em Desenvolvimento e Sociedade (UNIARP). Email: leandrohupalo.lh@gmail.com

² Bacharela em Ciências Contábeis (UNIARP) e Bacharelada em Administração (UNIARP). Email: gabikruger96@gmail.com.

horários de atendimento pode dificultar o acesso dos consumidores, especialmente aqueles que atuam em horários comerciais tradicionais, refletindo na chamada "acessibilidade temporal". Almeida e Pereira (2020) também discutem que a ampliação e flexibilização de horários têm se mostrado eficazes na melhoria da satisfação do usuário, evidenciando resultados positivos, como aumento de atendimentos e maior resolutividade dos serviços.

Além disso, a adaptação às novas realidades de trabalho, como o aumento do número de trabalhadores que atuam em períodos noturnos, torna fundamental que o comércio em Fraiburgo considere essas variáveis para otimizar sua operação e atender as demandas locais, conforme abordado por Faria *et al.* (2021), que mencionam que 15 a 30% da população ativa desenvolve trabalhos em turnos. A crítica situação enfrentada por muitos consumidores e a inovação nas práticas de serviço ressaltam a necessidade de rever a política de horários do comércio, especialmente em contextos onde o acesso à saúde e outros serviços essenciais é crucial, como discutido por Rodrigues *et al.* (2024), que destacam a carga horária semanal da população e suas implicações no acesso a serviços básicos. O desenvolvimento socioeconômico local deve, portanto, ser moldado por essas considerações, garantindo que as ações empreendidas sejam efetivas e em sintonia com as necessidades da comunidade (Sant'ana; Bento; Pereira, 2021).

Nesse sentido, a pesquisa teve como objetivo identificar quais os impactos socioeconômicos da flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo, sob a perspectiva dos clientes. Espera-se, a partir deste estudo, disponibilizar análises **por meio de** pesquisa aplicada que visem fornecer ao poder público associações de classe de modo que as ações em prol do desenvolvimento econômico local e regional sejam assertivas e levem em consideração os anseios da comunidade.

A busca pela satisfação do consumidor ao alinhar a oferta de serviços com a demanda emergente devido ao aumento do acesso à informação e conhecimento se torna uma estratégia vital. Através deste estudo, espera-se contribuir com dados que podem balizar a tomada de decisão por parte do poder público e das associações de classe, promovendo o desenvolvimento econômico local e sustentável em Fraiburgo, por meio da compreensão dos anseios da comunidade e da flexibilização do horário do comércio.

REFERENCIAL TEÓRICO

A flexibilização do horário do comércio tem se tornado um tema relevante nas discussões sobre o impacto econômico em diversas economias, principalmente nas emergentes. Essa mudança permite que o comércio se adapte melhor às necessidades dos consumidores, incentivando um aumento no fluxo de vendas e na arrecadação de impostos, além de estimular a criação de empregos. De acordo com o artigo de Almeida, Facchini e Columbari (2023), a liberalização das políticas comerciais pode potencialmente levar a um crescimento econômico considerável, destacando a relevância de fatores como elasticidade-renda das importações e ambiente institucional, que influenciam diretamente os

resultados esperados em cada país. No contexto brasileiro, a flexibilização tem o potencial de aumentar a competitividade das empresas locais frente a mercados externos, complementando a teoria de crescimento econômico apoiada no comércio internacional (Pereira; Silva; Larruscaim, 2023).

Adicionalmente, o horário do comércio estendido pode contribuir para o dinamismo das economias locais. Lopes e Rosário Lopes e Rosário (2023) indicam que o desenvolvimento econômico municipal está intimamente ligado às melhorias nas condições sociais da população, como a redução da pobreza e a promoção do emprego. Assim, ao promover um comércio mais flexível, as administrações locais podem incentivar um ambiente de negócios que favorece a geração de empregos e a promoção do bem-estar econômico e social. Esta abordagem corrobora a ideia de que a flexibilização do horário do comércio pode ser uma estratégia eficaz para o fortalecimento econômico, especialmente em comunidades mais vulneráveis.

Os efeitos benéficos dessa adaptação horária não se limitam apenas ao aumento das vendas. Um estudo de Pereira, Silva e Larruscaim (2023) sugere que a maior abertura do horário do comércio pode levar a um aumento na sofisticação da produção local, já que os comerciantes se sentem mais motivados a oferecer produtos variados e de maior qualidade, atendendo assim à demanda crescente dos consumidores. Por essa razão, as políticas públicas que promovem a flexibilização podem desempenhar um papel-chave na inovação e no aumento da competitividade local.

No entanto, a flexibilização do horário do comércio pode apresentar desafios, especialmente em relação à sustentabilidade e ao equilíbrio social nas cidades. Ferreira e Ferreira (2023) analisam que a liberalização comercial pode estar intimamente ligada ao aumento da desigualdade de renda. Portanto, é fundamental que essa flexibilização seja acompanhada de estratégias que assegurem a inclusão dos trabalhadores e a equidade de oportunidades no acesso aos benefícios econômicos.

Outro aspecto importante é o impacto das mudanças de comportamento do consumidor, impulsionadas pela pandemia de COVID-19, que acelerou a transição para o e-commerce e a adaptação de horários do comércio. Silva, Ramos e Santana (2024) afirmam que o comércio varejista teve que se adaptar rapidamente a novas realidades, e a flexibilização das horas de operação se mostrou vital para a sobrevivência de muitos negócios. A transformação digital e a necessidade de atender à demanda crescente por conveniência contribuíram para essa mudança, mostrando que a flexibilidade não é apenas uma vantagem, mas uma necessidade para enfrentar crises econômicas.

Além disso, a experiência adquirida por outros países que implementaram horários do comércio mais flexíveis pode servir como referência para o Brasil. O estudo de Castro, Alves e Andrade (2019) ressalta que experiências internacionais podem oferecer lições valiosas sobre como equilibrar crescimento econômico e sustentabilidade ambiental, ao mesmo tempo que ajustam a operação comercial às demandas atuais.

Diante desse cenário, as análises do impacto econômico da flexibilização da jornada comercial exigem uma abordagem multifacetada. É necessário avaliar não apenas os efeitos imediatos sobre as vendas, mas também as consequências sociais e econômicas a longo prazo, como a educação e a

capacitação dos trabalhadores para se adaptarem a um mercado em constante mudança (Duregger, 2018). Propostas de políticas públicas que integrem flexibilidade com inclusão social, desenvolvimento econômico sustentável e inovação são fundamentais para o sucesso desta estratégia.

Finalmente, a intersecção entre flexibilização do comércio e crescimento econômico é complexa e merece atenção especial. Através de uma regulação eficaz e do envolvimento das partes interessadas, as economias podem se beneficiar grandemente dessas mudanças, promovendo um desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo, conforme sugerido por Lucena *et al.* (2021). Portanto, as políticas voltadas para a flexibilização devem alinhar-se com objetivos mais amplos de progresso social e equidade.

METODOLOGIA

Para a identificação dos impactos socioeconômicos da flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo a pesquisa envolveu, primeiramente, uma etapa qualitativa, de caráter exploratório e, a seguir, uma etapa quantitativa, de caráter descritivo. Na sequência, são descritos os principais procedimentos adotados em cada uma dessas etapas.

Com o objetivo de identificar algumas variáveis para a construção do questionário a ser aplicado aos consumidores do varejo local, foram realizadas entrevistas e reuniões com representantes da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Fraiburgo (CDL), Associação Comercial e Industrial de Fraiburgo (ACIAF) e da Prefeitura de Fraiburgo, alinhando as expectativas em relação à pesquisa e definindo, em conjunto, o norte da pesquisa. As entrevistas ocorreram de forma individual com os envolvidos, mediante uma abordagem semiestruturada através da aplicação de um roteiro básico de questões (Ribeiro; Milan, 2004; Flick, 2008).

A técnica utilizada para a análise dos resultados das entrevistas foi a análise de conteúdo, que consiste em uma avaliação qualitativa de todas as entrevistas em profundidade, permitindo a interpretação e a leitura adequadas e as dinâmicas das questões levantadas (Bardin, 2004). Para esta análise foram listadas todas as possíveis variáveis a serem aferidas na pesquisa de satisfação dos consumidores.

O universo considerado para esta pesquisa foi constituído pela população de pessoas maiores de 16 anos residentes em Fraiburgo que consomem em Fraiburgo, considerando o critério de amostragem proporcional por cotas, como sexo, idade e escolaridade. Ao todo, 353 pessoas participaram voluntariamente da pesquisa que, ao se considerar uma população economicamente ativa de 20.000 pessoas em Fraiburgo, atende a definição do espaço amostral com um nível de confiança de 95%.

A partir das análises de conteúdo provenientes das entrevistas individuais em profundidade, da etapa exploratória, do conseqüente levantamento dos atributos que compõem o construto para avaliação dos consumidores, da revisão da literatura, do conhecimento dos pesquisadores e de reuniões com dirigentes de entidades representativas do comércio varejista local e poder público, foi realizada a

estruturação do instrumento de coleta de dados a ser aplicado na fase descritiva da pesquisa, caracterizando-se como uma pesquisa do tipo *survey* (Malhotra, 2001).

Cabe ressaltar que a pesquisa surgiu de uma demanda da Prefeitura de Fraiburgo, a partir da Secretaria de Desenvolvimento Econômico que, em conjunto com a ACIAF e CDL, estão em busca de dados e análises que permitam tomar ações em prol do avanço do desenvolvimento socioeconômico local, mantendo a competitividade no cenário regional e contribuindo com a geração de emprego e renda no município. Deste modo, a universidade cumpre também com o propósito da pesquisa que, aliada à extensão e ao ensino, oportunizam à comunidade na qual está inserida um retorno dos conhecimentos gerados pelos acadêmicos e professores pesquisadores.

A pesquisa caracteriza-se por uma abordagem quantitativa, de natureza aplicada e exploratória quanto aos objetivos. Quanto aos procedimentos a pesquisa é considerada de levantamento, pois segundo Fonseca (2002), este tipo de pesquisa é utilizado em estudos exploratórios e descritivos, podendo ser de dois tipos: levantamento de uma amostra ou levantamento de uma população.

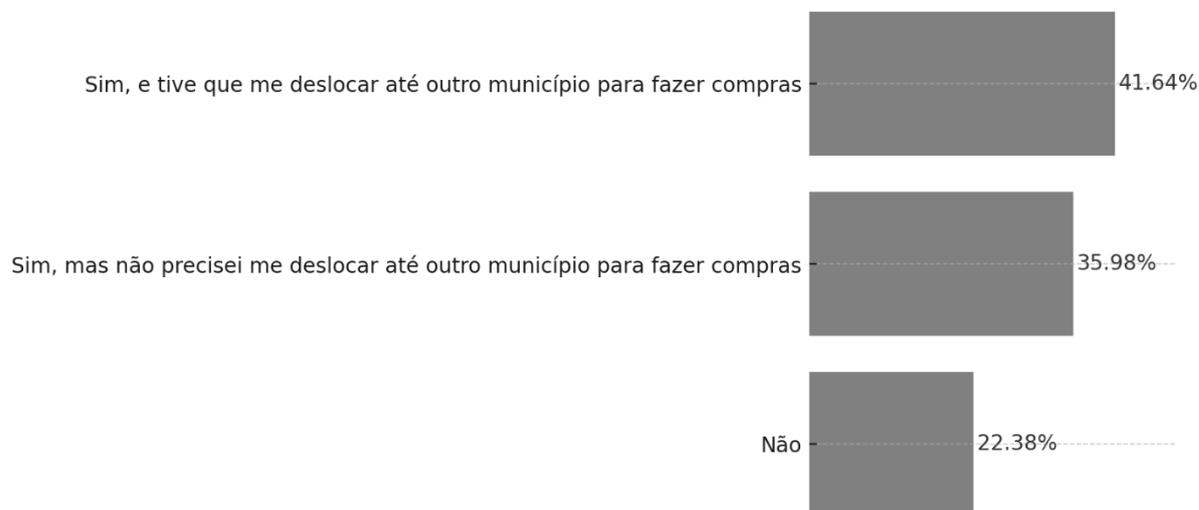
RESULTADOS E DISCUSSÕES

Entre os respondentes da pesquisa a idade média observada foi de 37,18 anos no total, sendo de 36,44 anos para as mulheres e 38,38 anos para os homens. Na amostra 61,75% dos respondentes foram mulheres e 38,25% homens, sugerindo que as mulheres possuem maior poder de decisão sobre o consumo local. Segundo pesquisa do SPC (2015), as mulheres tendem a comprar mais que os homens. Em relação à faixa salarial evidencia-se que a maioria dos participantes da pesquisa possui renda entre R\$ 1.212,00 e R\$ 3.636,00 (54,39%), ou seja, entre 1 e 3 salários-mínimos.

Em relação ao local de moradia dos respondentes, 60,06% residem nos bairros, 23,23% no centro, 10,20% no interior e 6,51% não residem em Fraiburgo, mas consomem no município. Quanto à situação de ocupação profissional, 92,63% trabalham, sendo que destes, 86,54% trabalham em Fraiburgo. A maioria dos participantes da pesquisa trabalham em horário comercial (44,19%), mas constata-se que parte também tem como turno de trabalho o período noturno (28,90%), sugerindo a importância da flexibilização do horário do varejo local para este público consumidor.

Ao serem questionados se precisaram comprar algo no comércio de Fraiburgo durante o final de semana ou após o horário do comércio, mas não foi possível devido o comércio estar fechado, 41,64% dos respondentes tiveram que se deslocar para outro município para efetuar a compra, sendo que para 75,15% o destino foi Videira, que dista cerca de 25 km de Fraiburgo e que passou a flexibilizar o horário do comércio a partir de 2019. Apenas 22,38% responderam que não tiveram dificuldades de comprar o que desejam fora do horário do comércio em Fraiburgo.

O Gráfico 1 apresenta a percepção dos respondentes da pesquisa sobre a flexibilização do horário do comércio de Fraiburgo.

Gráfico 1: Percepção sobre a flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo

Fonte: os autores (2025).

Para 69,12% dos respondentes o comércio deveria funcionar em horário flexível com atendimento após o horário comercial e nos finais de semana, sendo que 87,30% afirmam que passariam a comprar mais no varejo local em virtude de sua flexibilização. De modo geral, 75,35% dos participantes da pesquisa acreditam que a flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo irá oportunizar novos postos de trabalho.

Embora não seja o foco da pesquisa, foram incluídas perguntas como o nível de satisfação dos clientes em relação ao varejo local de Fraiburgo. Em uma escala de zero a dez, a média de satisfação evidenciada foi de 6,53. Ao serem questionados se, nos últimos 12 meses, realizaram uma compra pela internet, 89,51% afirmaram que sim e, para estes, os principais motivos da compra foram o atendimento, a descrição, o preço, a forma de pagamento e a variedade dos produtos e serviços disponíveis.

Os resultados da pesquisa indicam um perfil demográfico significativo, onde a maioria dos respondentes é constituída por mulheres, representando 61,75%, que têm demonstrado maior poder de decisão no consumo. Este achado é corroborado pela literatura que aponta para a tendência das mulheres em serem mais ativas nas decisões de compra, como evidenciado por Gonsalves e Lucena (2021), que menciona que, apesar de a compra compulsiva estar frequentemente associada às mulheres, essa dinâmica do consumo é diversa e influenciada por múltiplos fatores, incluindo a situação econômica e a renda. No presente estudo, 54,39% dos respondentes pertencem a uma faixa salarial que equivale entre um a três salários-mínimos.

O padrão de residência dos consumidores também reflete nas escolhas de compra, com 60,06% dos respondentes vivendo em bairros, o que pode indicar uma propensão a adquirir produtos localmente. Entretanto, 41,64% relataram dificuldade em comprar no comércio de Fraiburgo fora dos horários

comerciais, levando muitos a se deslocarem para cidades próximas. A pesquisa de Almeida e Pereira (2020) comprova que a flexibilização dos horários do comércio é uma estratégia eficaz para aumentar a acessibilidade e atrair consumidores que, devido à sua rotina profissional, têm dificuldade em realizar compras em horários convencionais.

Além disso, a percepção sobre a flexibilização do varejo local revela uma forte demanda por horários estendidos, uma vez que 69,12% dos respondentes consideram que o comércio deveria operar em horário flexível. Isso está alinhado com a pesquisa de Pires e Vicente (2019), que sugere que a adequação das estratégias de operação pode melhorar a satisfação do consumidor e a frequência de compras. Os dados coletados em nossa pesquisa também indicam que 87,30% afirmaram que comprariam mais se o varejo local funcionasse em horários flexíveis. Esse fato ressalta a importância da adaptação das práticas comerciais em resposta às necessidades dos consumidores, frequentemente subestimada pelos gestores de varejo.

Por fim, a alta taxa de 89,51% de respondentes que realizaram compras online nos últimos 12 meses sugere uma tendência crescente em direção ao comércio digital, destacada nos estudos de Sousa *et al.* (2018), que discutem as influências das plataformas digitais nas decisões de compra. A internet não apenas oferece conveniência, mas também um espaço onde os consumidores se sentem livres para explorar e adquirir produtos com base em informações apresentadas. Assim, o presente estudo confirma tendências previamente observadas e ressalta as oportunidades significativas que o varejo local pode explorar ao adaptar suas operações para atender melhor à demanda desse perfil de consumidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo identificar os impactos socioeconômicos da flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo sob a perspectiva dos consumidores. Nesse sentido, evidenciou-se que para a maioria da população fraiburguesa a abertura do comércio após o horário comercial e aos finais de semana é uma alternativa viável para o estímulo às compras, gerando um aquecimento na economia local e, por sua vez, novos postos de trabalho.

A pesquisa apontou ainda que, em detrimento da falta de opções de comércio para compras após o horário comercial, os municípios vizinhos acabam sendo um destino da população local, sendo Videira o município mais visitado. Como resultado, um quantitativo financeiro relevante acaba ficando em outros municípios mediante a falta de opções no comércio de Fraiburgo, deixando de gerar arrecadação para o varejo local.

Outro fator evidenciado foi o expressivo percentual entre os respondentes da pesquisa de pessoas que realizam compras na internet nos últimos 12 meses, sugerindo ao varejo local a importância de novas abordagens de comercialização e marketing dos produtos e serviços oferecidos. Percebe-se que o consumidor está mais atento ao atendimento, a variedade de produtos e à comodidade, por exemplo, e que esses são fatores que estão passando a definir os padrões de compra da população fraiburguesa.

De modo geral, sugere-se que a pesquisa tenha continuidade, abordando o tema da flexibilização do horário do comércio em Fraiburgo sob a perspectiva dos comerciantes e dos funcionários e quais os possíveis impactos gerados. Cabe ressaltar, ainda, a importância da pesquisa e da participação das entidades de classe como a CDL e a ACIAF, bem como o poder público municipal através da Prefeitura de Fraiburgo que, ao buscar a UNIARP para realizar a pesquisa, demonstra a importância do método científico para o levantamento de dados que favorecem a tomada de decisão com base em evidências e, sobretudo, na opinião da população interessada.

AGRADECIMENTOS

Ao Fundo de Apoio à Pesquisa (FAP) da Universidade do Alto Vale do Rio do Peixe (UNIARP) e à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC) “Edital 19/2024”.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Erika Rodrigues de; PEREIRA, Francly Webster de Andrade. Ampliação e flexibilização de horários na APS: análise das experiências do Prêmio APS Forte. **APS em Revista**, v. 2, n. 3, p. 240-244, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/aps.v2i3.147>. Acesso em: 13 mai. 2025.

ALMEIDA, Elisângela Cardoso de; FACCHINI, Eduardo; COLUMBARI, Priscila Ferreira. Comércio exterior e crescimento econômico: Uma análise do impacto do desenvolvimento. **International Seven Journal of Multidisciplinary**, v. 2, n. 6, p. 1450–1471, 2023. DOI: 10.56238/isevmjv2n6-012. Disponível em: <https://sevenpublicacoes.com.br/ISJM/article/view/3135>. Acesso em: 13 mai. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

CASTRO, Alisson Silva de; ALVES, Janaina da Silva; ANDRADE, Daniel Caixeta. Crescimento econômico e emissões de CO2 no BRICS: uma análise de cointegração em painel. **Economia Aplicada**, v. 23, n. 2, p. 183-208, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/1980-5330/ea146203>. Acesso em: 13 mai. 2025.

DUREGGER, Rafael. **Comércio intraindustrial: Um exame da indústria automobilística brasileira (2000-2016)**. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, p. 93. 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/182100>. Acesso em: 13 mai. 2025.

FARIA, Ariane Brabo et al. Implicação do Trabalho noturno na qualidade de vida. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 16, p. e448101623687-e448101623687, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i16.23687>. Acesso em: 13 mai. 2025.

FERREIRA, Laura Dayane Bezerra; FERREIRA, Monaliza de Oliveira. Desigualdade de renda na América do Sul e o papel da liberalização comercial entre 1990 e 2017. **Revista Economia Ensaios**, Uberlândia, Minas Gerais, Brasil, v. 38, n. 1, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.14393/REE-v38n1a2023-58878>. Acesso em: 13 mai. 2025.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3 ed. Artmed Editora, 2008.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. 2002. Curso de Especialização em Comunidades Virtuais de Aprendizagem-Informática Educativa. Universidade Estadual do Ceara, 2002.

GONSALVES, Isabella Montenegro; LUCENA, Bárbara Braga de. A relação entre o uso do instagram e o comportamento compulsivo por compras. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 6, p. 63707-63724, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv7n6-651>. Acesso em: 13 mai. 2025.

LOPES, Arleson Eduardo Monte Palma; ROSÁRIO, Estefany Laiana Costa do. Desenvolvimento econômico municipal: uma análise do Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal–IFDM e PIB per capita do município de Parauapebas–PA. **Cadernos CEPEC**, v. 11, n. 1, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18542/cepec.v11i1.13850>. Acesso em: 13 mai. 2025.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Book-man Editora, 2001.

PEREIRA, Adriano José; SILVA, Guilherme Jorge da; LARRUSCAIM, Igor de Menezes. Complexidade econômica e a estrutura produtiva brasileira: o padrão de exportação e o desenvolvimento econômico nacional no Século XXI. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 27, p. e232717, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/198055272717>. Acesso em: 13 mai. 2025.

PIRES, Hévila de Figueiredo et al. Fatores associados à satisfação dos usuários com a atenção à saúde bucal na Paraíba, 2014. **Saúde em Debate**, v. 44, p. 451-464, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-1104202012513>. Acesso em: 13 mai. 2025.

PIRES, Vanessa Aparecida David; VICENTE, Victor Manuel Barbosa. Influência das estratégias de promoções de vendas no comportamento de compra das consumidoras plus size no segmento varejista

de vestuário. **Journal of Management Analysis/Revista Gestão em Análise**, v. 8, n. 2, 2019.

Disponível em: <https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v8i2.p107-122.2019>. Acesso em: 13 mai. 2025.

RIBEIRO, José Luis Duarte; MILAN, Gabriel Sperandio. **Planejando e conduzindo entrevistas individuais**. Porto Alegre: FEEng/UFRGS, p. 9-22, 2004.

RODRIGUES, Maria Michelle Ferreira et al. Acesso a Unidades Básicas de Saúde no município de Pelotas/Rio Grande do Sul: Access to Primary Health Care Units in the city of Pelotas/Rio Grande do Sul. **Saúde em Redes**, v. 10, n. 1, p. 4171-4171, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.18310/2446-4813.2024v10n1.4171>. Acesso em: 13 mai. 2025.

SANT'ANA, Lucas César Frediani; BENTO, Layne de Souza; PEREIRA, Danusa de Cássia. Desenvolvimento Local e Sustentável: uma realidade possível e necessária: Local and Sustainable Development: a possible and necessary reality. **Studies in Environmental and Animal Sciences**, v. 3, n. 1, p. 37-51, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.54020/seasv3n1-003>. Acesso em: 13 mai. 2025.

SILVA, Antonio Vitor Gomes da; RAMOS, Camila da Silva; SANTANA, Elizangela Leão. O impacto da pandemia da covid-19 no comércio varejista em boca do Acre-AM. **Revista Acadêmica Online**, v. 10, n. 51, p. 1-19, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.36238/2359-5787.2024.v10n51.153>. Acesso em: 13 mai. 2025.

SOUSA, Juliana Carvalho de et al. A influência das redes sociais nas decisões de compras. **Revista Gestão em Análise**, v. 7, n. 1, p. 118-127, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v7i1.p118-127.2018>. Acesso em: 13 mai. 2025.

SPC. Sistema de Proteção ao Crédito. **44% dos brasileiros planejam gastar me-nos com presente no Dia dos Pais, mostra pesquisa**. 2015. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/958-36dosconsumidoresfazemcomprasparaaliviaroestresseapontapesquisadospcbrasil>. Acesso em: 18 jul. 2022.