



Pesquisa Comportamental

“DIA DAS MÃES”

Relatório

Introdução / Objetivo

O Dia das Mães é uma data comemorativa que homenageia as mães, foi estabelecida, de maneira oficial, por decreto¹ emitido, em maio de 1932, pelo presidente Getúlio Vargas. Sua origem moderna remonta aos Estados Unidos, no começo do século XX.

Atualmente, o Dia das Mães é a segunda data comemorativa mais importante para o comércio varejista brasileiro, ficando atrás apenas do Natal.

Com esse panorama, o Núcleo de Pesquisas da Diretoria de Estudos e Pesquisas da Fundação Procon-SP efetuou levantamento com o objetivo de verificar se o consumidor costuma presentear nesta data e se tem algum tipo de dificuldade durante ou após a aquisição, tanto em lojas físicas como em online e, com isso, atualizar as informações para elaborar conteúdos pedagógicos e até novos eventuais focos de fiscalização.

Metodologia

O questionário da pesquisa foi estruturado com dezesseis questões de múltipla escolha e foi acessado pelo consumidor por meio do site do Procon-SP (www.procon.sp.gov.br), no período de 25/03 a 17/04/25.

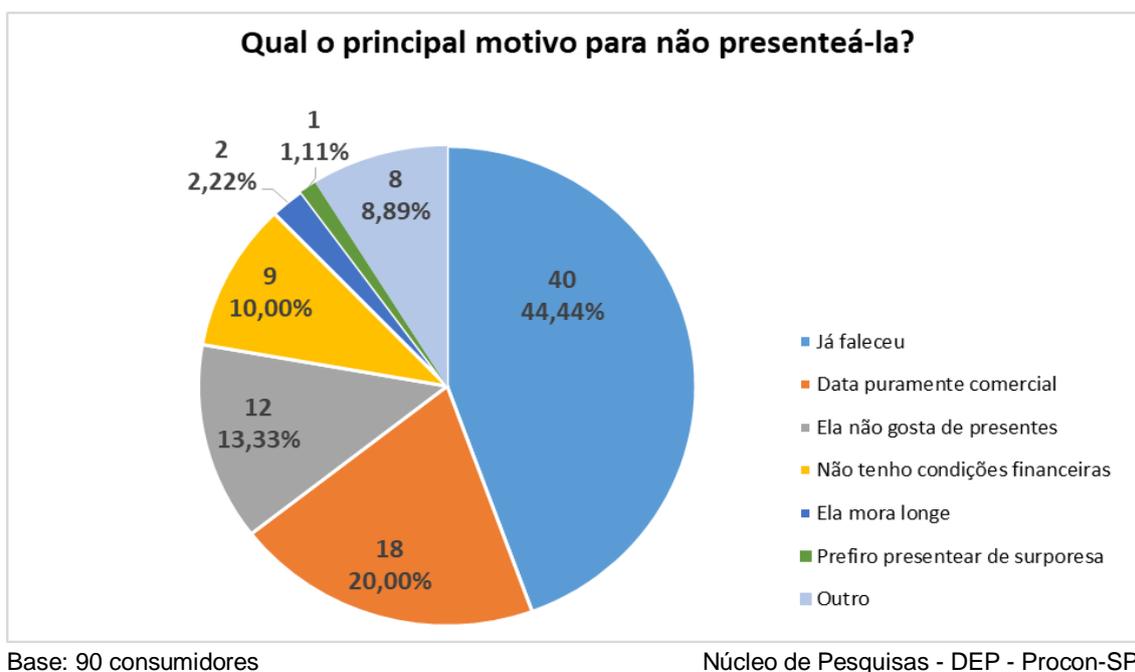
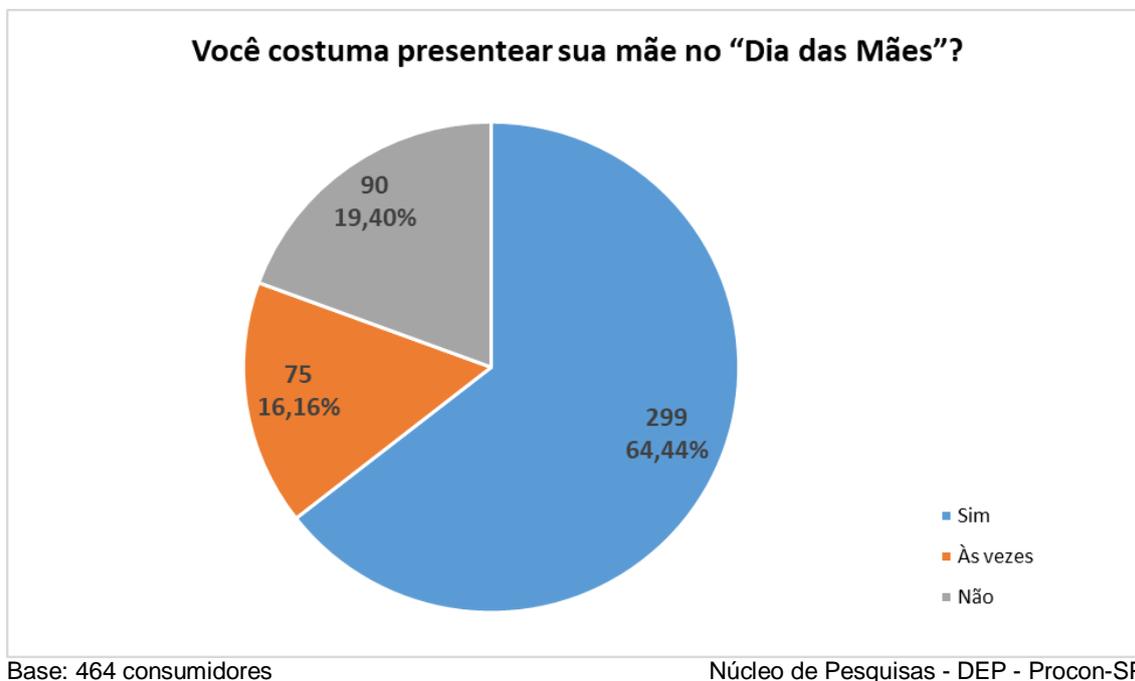
Responderam à pesquisa 464 pessoas.

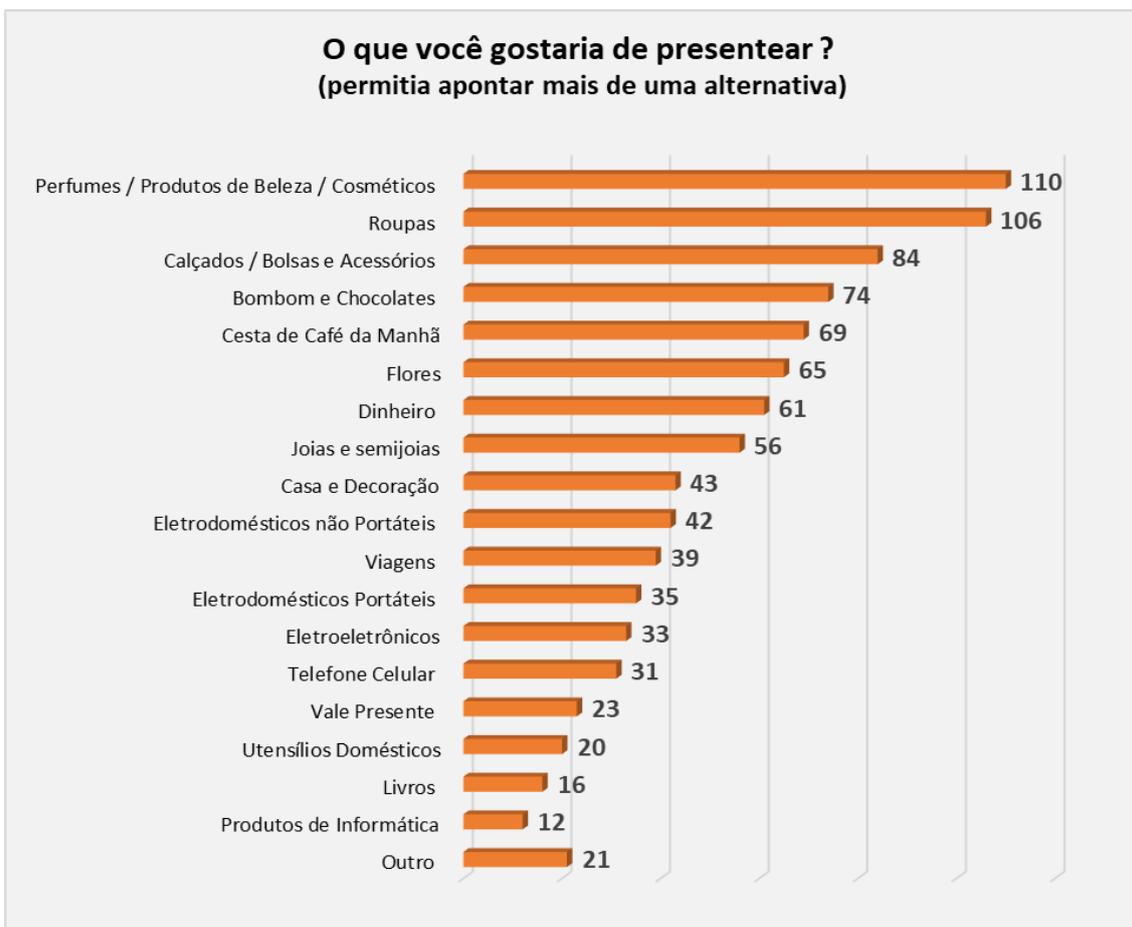
A seguir os resultados.

¹<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21366-5-maio-1932-559485-publicacaooriginal-81718-pe.html>



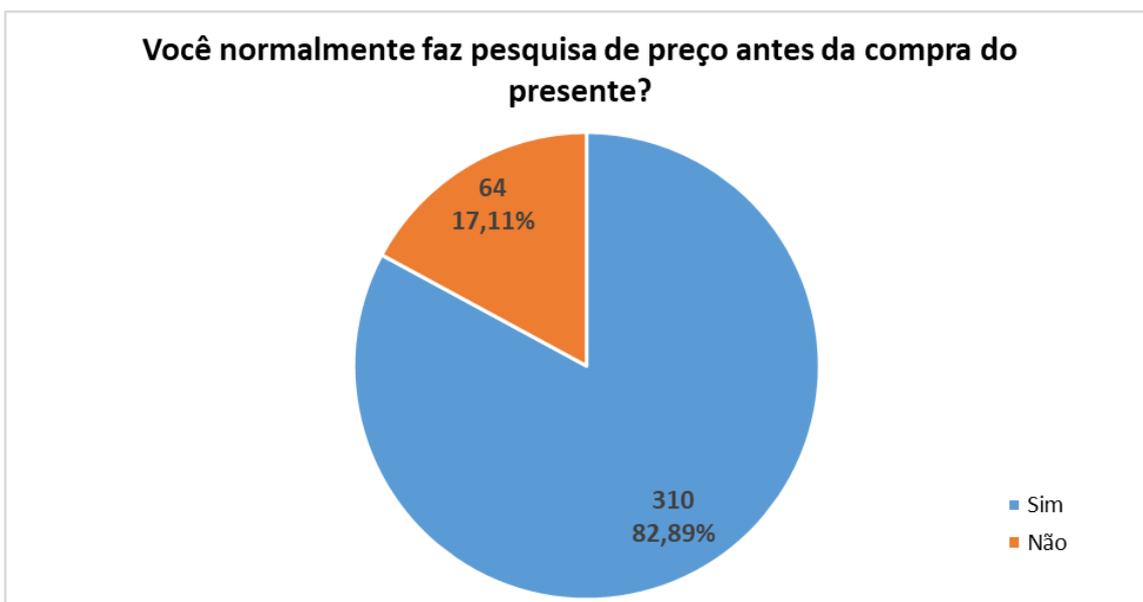
Resultados





Base: 374 consumidores (total de 940 apontamentos)

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

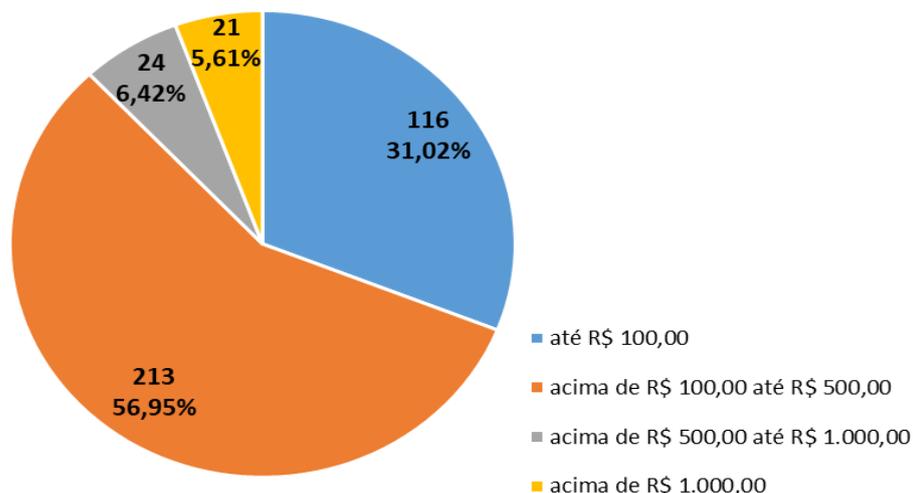


Base: 374 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



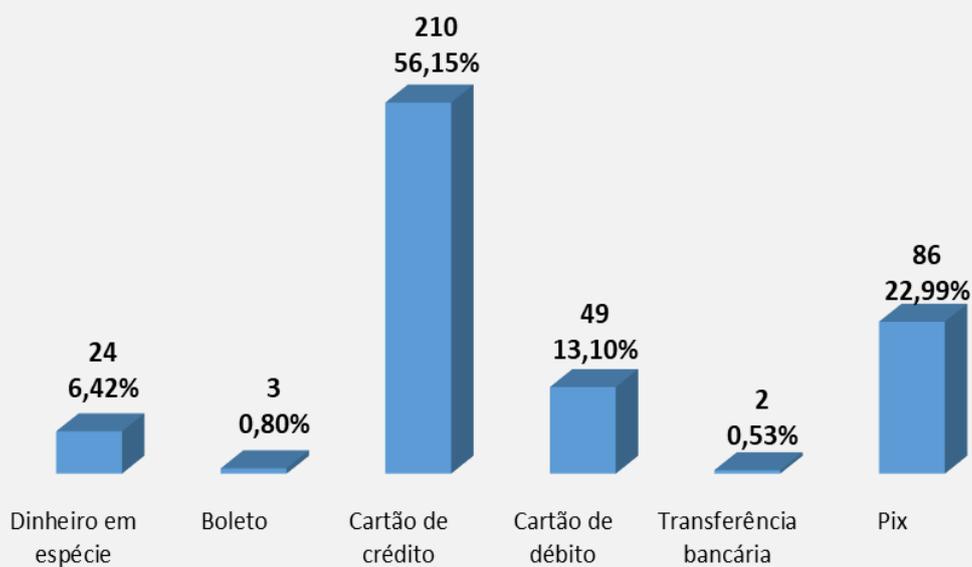
Quanto normalmente você costuma ou pretende gastar no presente de sua mãe?



Base: 374 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Qual a forma de pagamento mais utilizada para adquirir o presente?

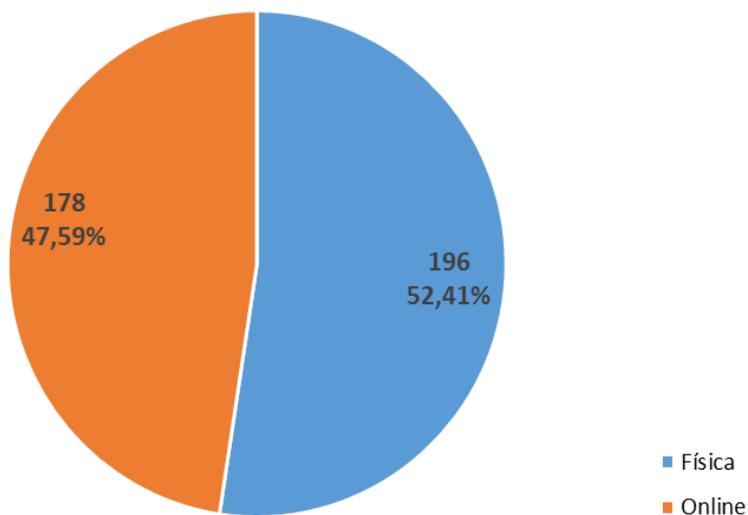


Base: 374 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



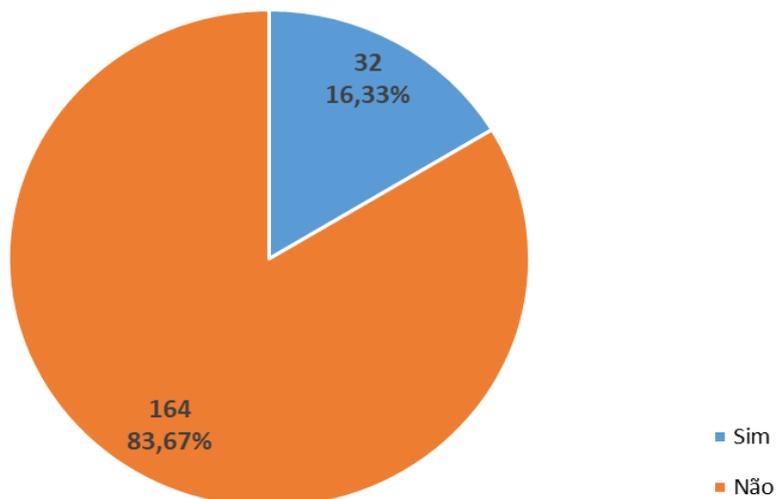
Você prefere comprar o presente em lojas física ou online?



Base: 374 consumidores

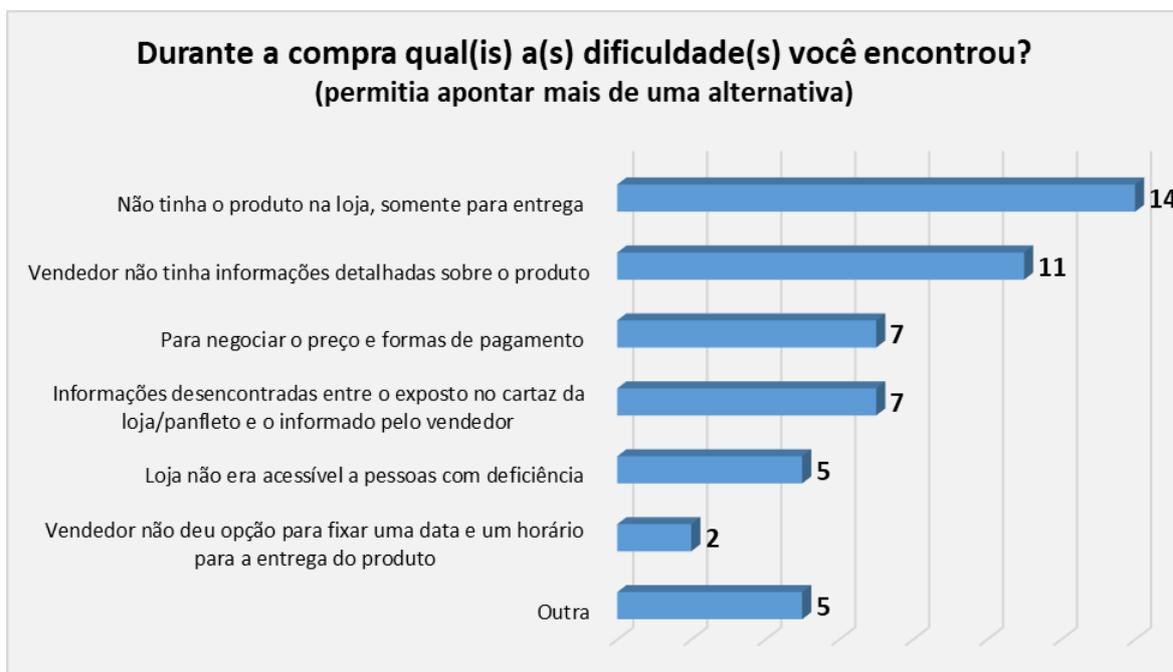
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você teve dificuldade em efetuar compra nas lojas físicas?



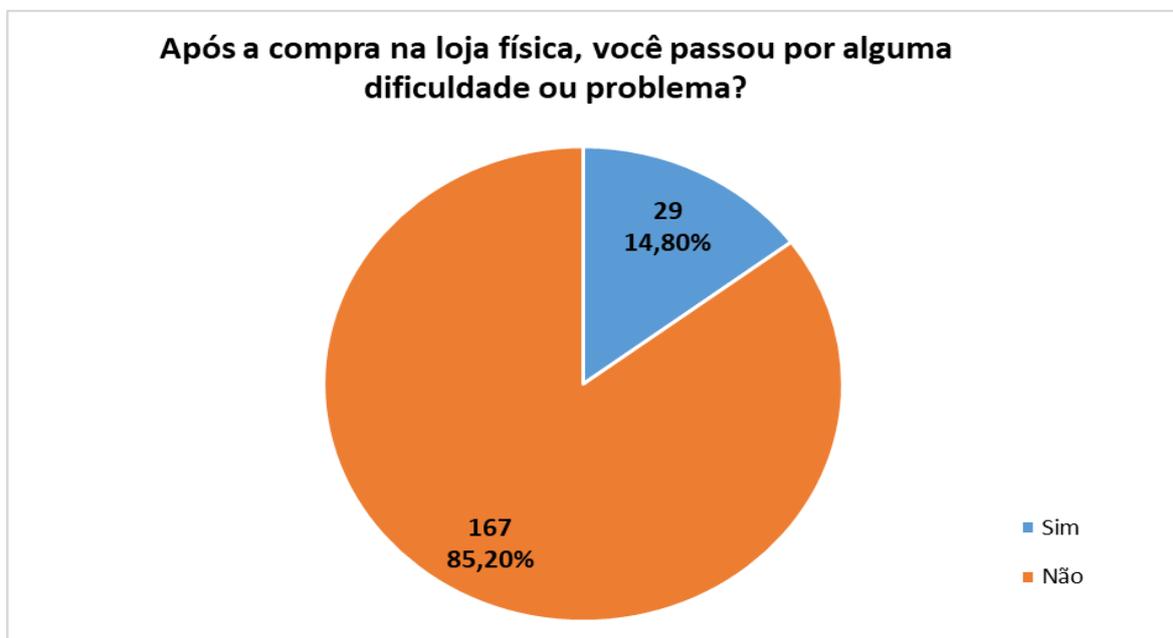
Base: 196 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 32 consumidores (total de 51 apontamentos)

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

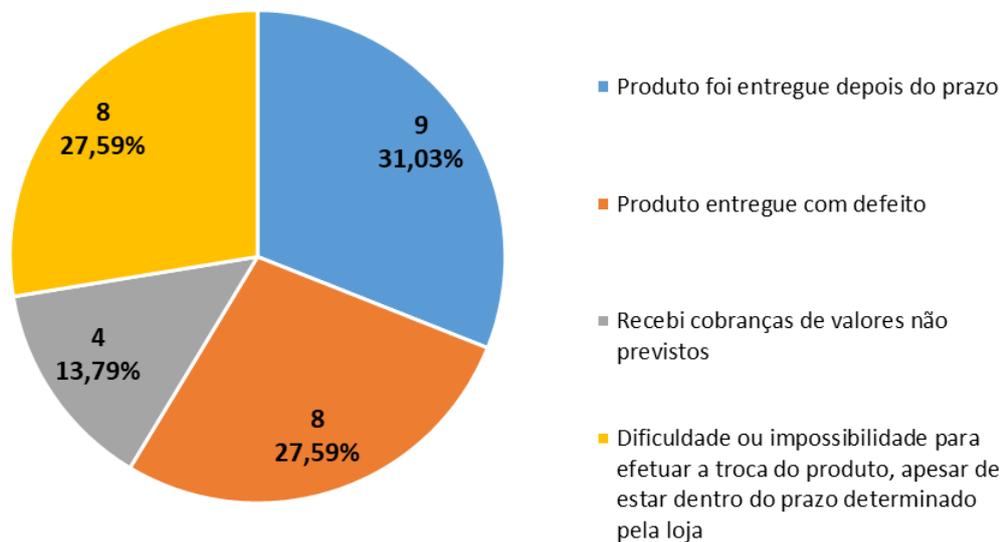


Base: 196 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



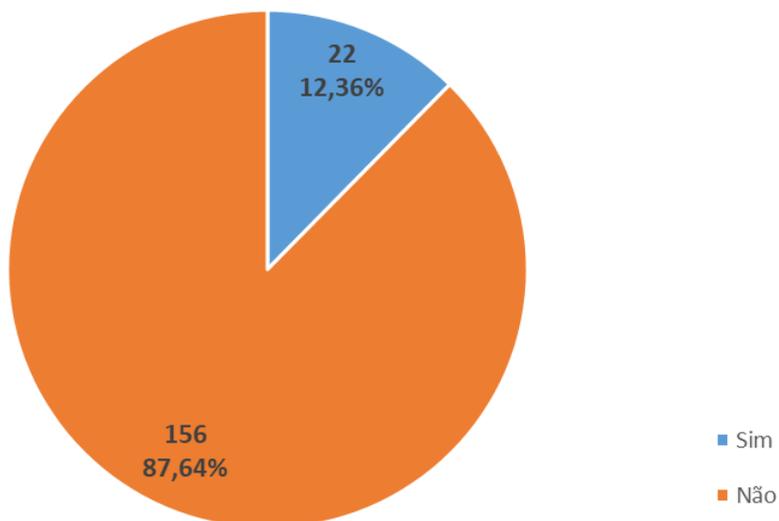
Qual dificuldade ou problema você passou após a compra na loja física?



Base: 29 consumidores

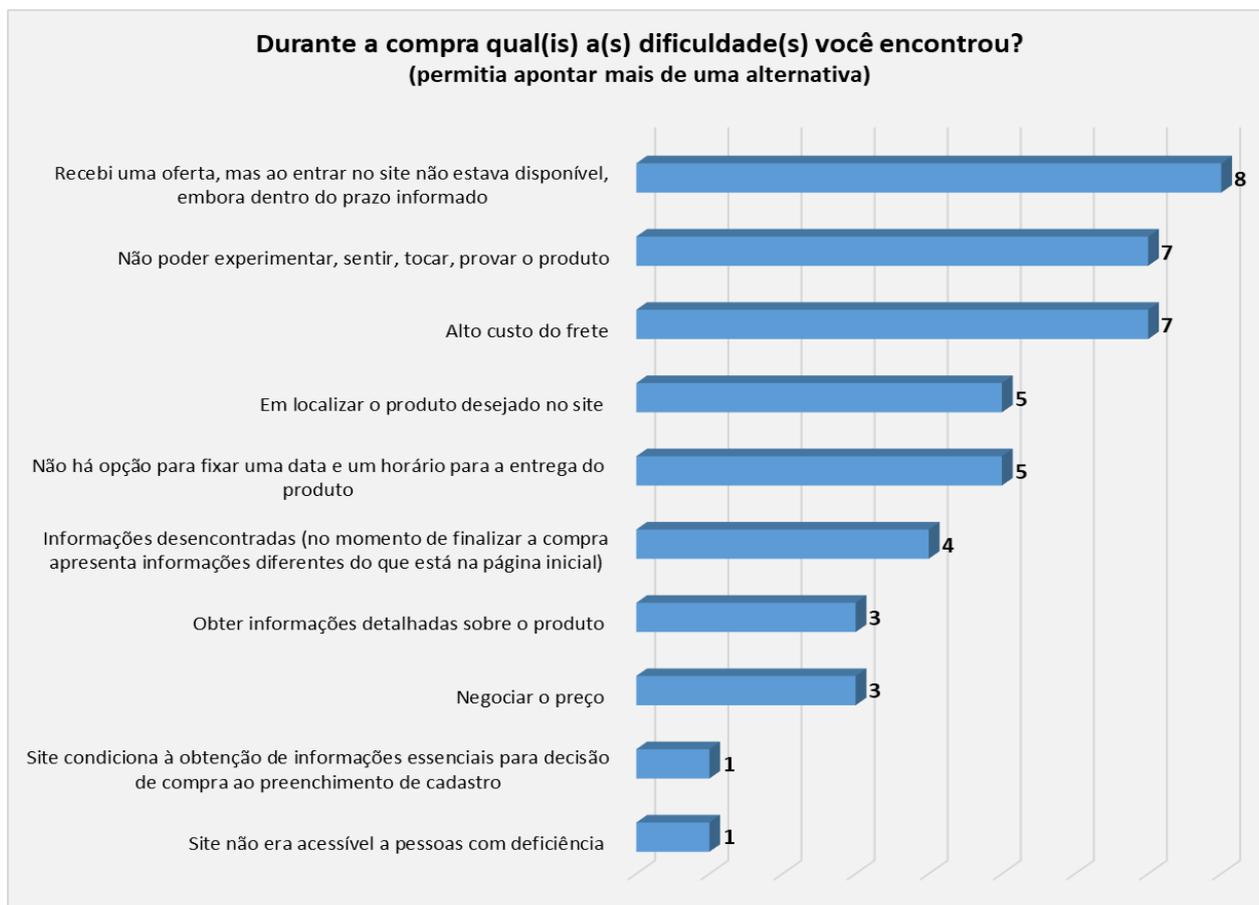
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você teve dificuldade em efetuar compra nas lojas online?



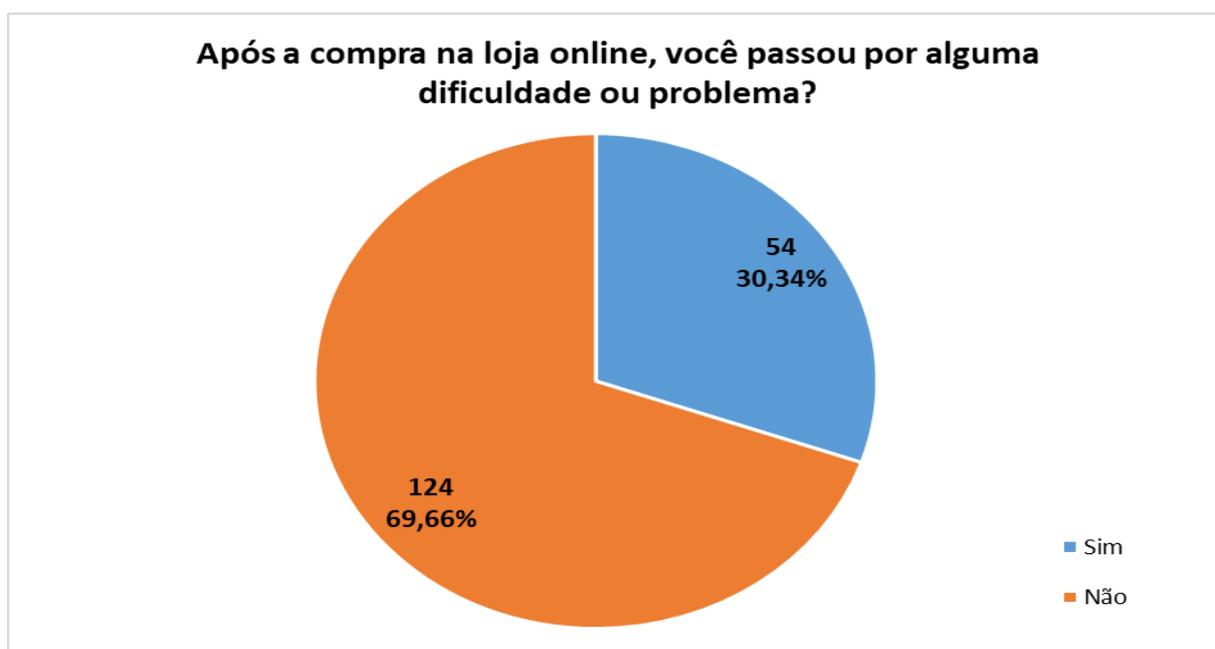
Base: 178 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



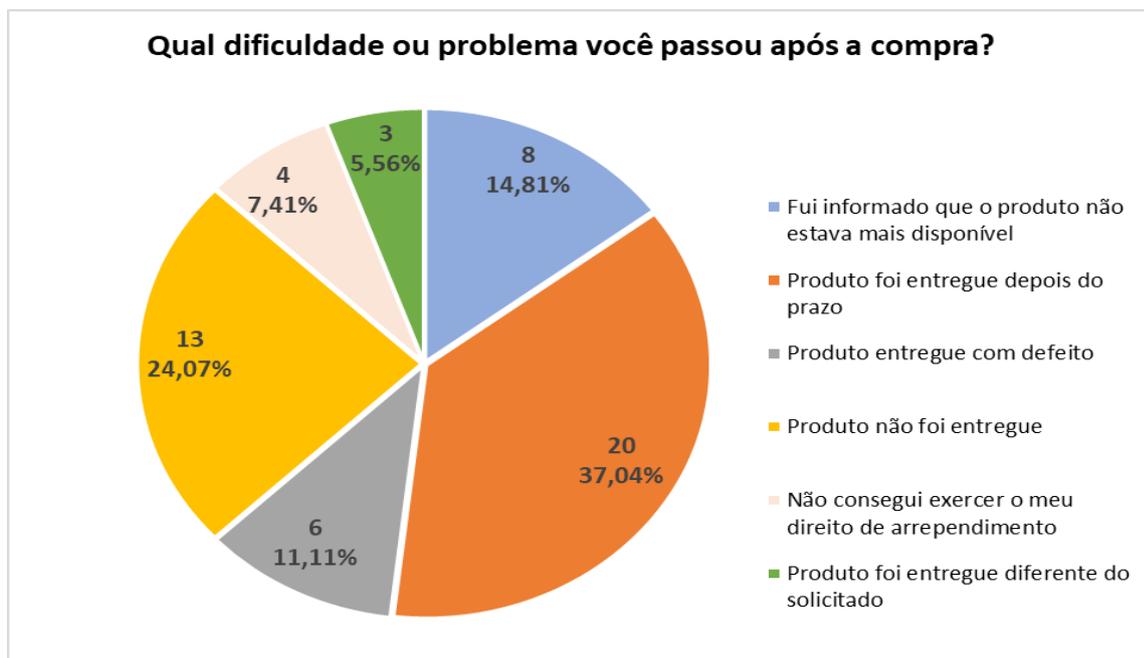
Base: 22 consumidores (total de 44 apontamentos)

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



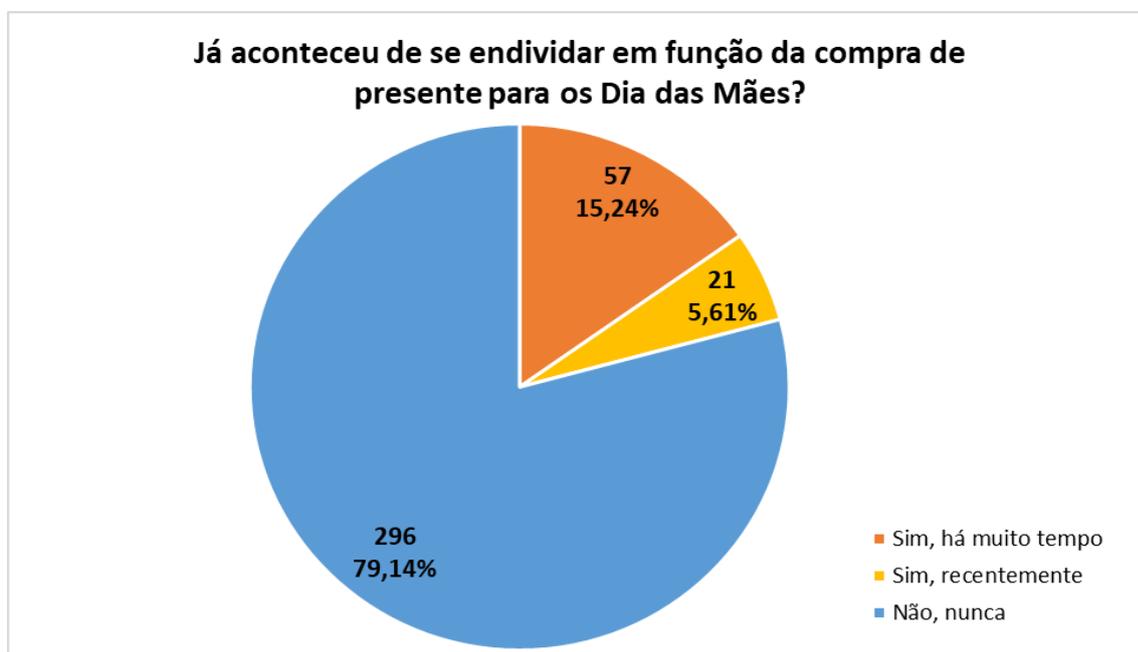
Base: 178 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 54 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 374 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Análise dos Resultados

80,60% dos entrevistados costumam presentear sua mãe. Os presentes mais citados foram: perfumes / produtos de beleza / cosméticos; roupas; calçados / bolsas / acessórios; bombons / chocolates; cesta de café da manhã; flores.

A maioria dos que compram presente informou que normalmente faz pesquisa de preço antes da compra (82,89%), gasta acima de R\$ 100,00 até R\$ 500,00 (56,95%), compra com cartão de crédito (56,15%).

52,41% preferem comprar em lojas físicas e 47,59% online.

Lojas Físicas

16,33% dos que compram em lojas físicas informaram que tiveram dificuldades durante a compra. As dificuldades apontadas foram:

- não tinha o produto na loja, somente para entrega;
- vendedor não tinha informações detalhadas sobre o produto;
- para negociar o preço e formas de pagamento;
- informações desencontradas entre o exposto no cartaz da loja/panfleto e o informado pelo vendedor;
- loja não era acessível (acessibilidade para pessoas com deficiência);
- vendedor não deu opção para fixar uma data e um horário para a entrega do produto;
- outra.

14,80% dos que compram em lojas físicas informaram que tiveram dificuldades após a compra do presente. As dificuldades apontadas foram:

- produto foi entregue depois do prazo;
- produto entregue com defeito;
- cobranças de valores não previstos;
- obstáculo ou impossibilidade para efetuar a troca do produto, apesar de estar dentro do prazo determinado pela loja.



Lojas Online

12,36% dos que compram em lojas online informaram que tiveram dificuldades durante a compra. As dificuldades apontadas foram:

- oferta recebida não estava disponível no site, embora dentro do prazo informado;
- não poder experimentar, sentir, tocar, provar o produto;
- alto custo do frete;
- localizar o produto desejado no site;
- não há opção para fixar uma data e um horário para a entrega do produto;
- informações desencontradas (no momento de finalizar a compra apresenta informações diferentes do que está na página inicial, tais como: preço, formas de pagamento, valor do frete, descrição do produto, etc);
- obter informações detalhadas sobre o produto;
- negociar o preço;
- site condiciona à obtenção de informações essenciais para decisão de compra ao preenchimento de cadastro;
- site não era acessível (acessibilidade para pessoas com deficiência).

30,34% dos que compram em lojas online informaram que tiveram dificuldades após a compra do presente. As dificuldades apontadas foram:

- produto não estava mais disponível;
- produto foi entregue depois do prazo;
- produto entregue com defeito;
- produto não foi entregue;
- não conseguiu exercer o direito de arrependimento;
- produto foi entregue diferente do solicitado.

Endividamento

Do total dos consumidores que compram presentes (374), 20,85% já se endividaram em função da aquisição do presente para o “Dia das Mães”.

O consumidor deve evitar compras por impulso e ficar atento para não comprometer seu orçamento e não se endividar.

Priorizar almoço em casa e até compartilhar presentes são formas para conter os gastos.