



Pesquisa Comportamental

“Hábitos de Consumo e Lazer no Inverno”

2026

Em 2026 o Procon-SP completa 50 anos de atuação na defesa do consumidor no Estado de São Paulo, trajetória marcada pela realização contínua de ações voltadas ao acompanhamento das relações de consumo como a produção regular de pesquisas e informações técnicas. Este relatório apresenta dados e análises elaborados no âmbito dessa atividade.

Introdução / Objetivo

O período de inverno movimenta diversos setores do mercado, reflexo de comportamentos sazonais da sociedade, desde a busca por vestuário e alimentação até o turismo e o entretenimento.

Compreender essa sazonalidade é fundamental para investigar junto aos consumidores os hábitos de consumo e lazer no inverno, analisando a aquisição de produtos e serviços característicos da época, os comportamentos de compra, o planejamento de viagens e a participação em eventos tradicionais. Com esse objetivo, o Procon-SP, por meio do Núcleo de Pesquisas da Diretoria de Estudos e Pesquisas, efetuou mais um levantamento dos hábitos de consumo e lazer no inverno.

A pesquisa também levantou possíveis problemas enfrentados pelos consumidores, como cobranças indevidas em eventos, falta de informação nos cardápios, exigência de consumação mínima, problemas com meia entrada, reembolsos e outras situações que demandam atenção. E há um espaço dedicado à segurança alimentar, perguntando se os consumidores costumam verificar rótulos e condições de conservação ao adquirir alimentos típicos de inverno.

Os resultados desta pesquisa também foram comparados com os resultados da pesquisa realizada em 2025.

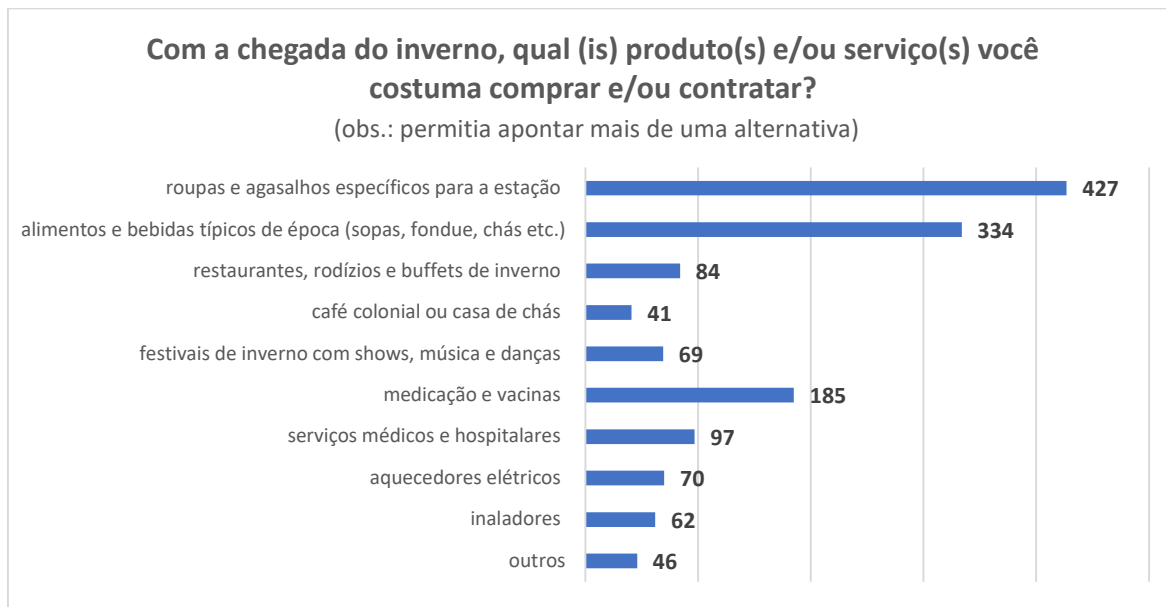
Metodologia

As informações foram obtidas pela aplicação de questionário estruturado, via internet (site da Fundação Procon-SP), no período de 09 a 30/06/26. O questionário foi constituído por vinte e três questões fechadas, incluindo as do perfil do entrevistado.

Responderam à pesquisa 556 pessoas.

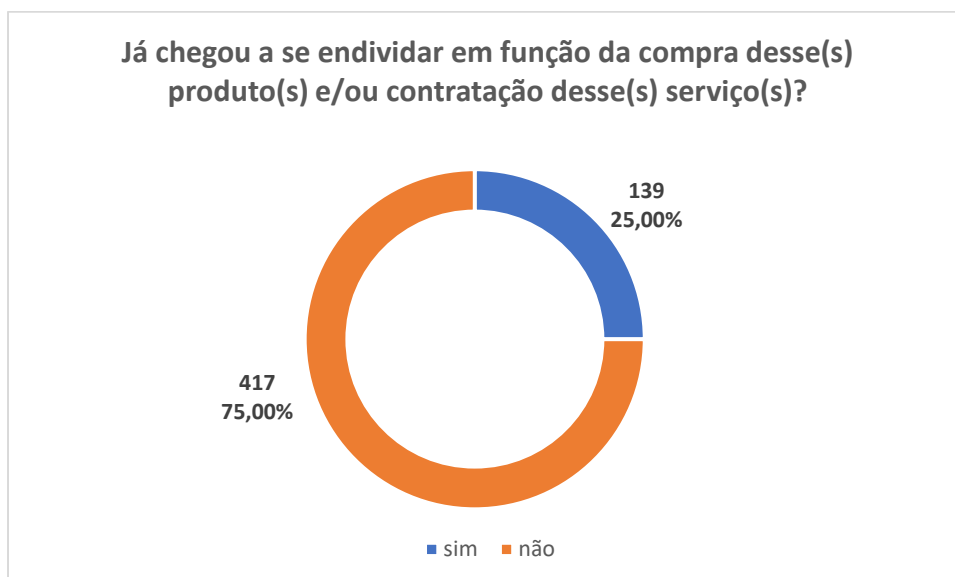
A seguir os resultados.

Resultados



Base: 556 entrevistados

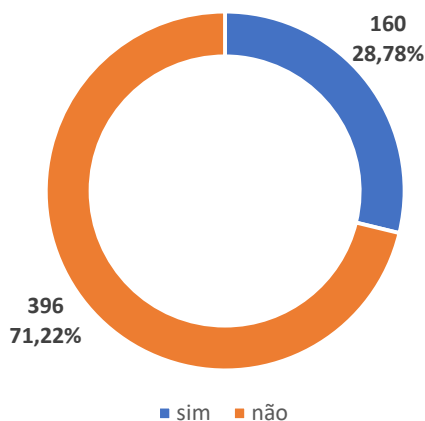
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você tem o hábito de frequentar festas e/ou eventos de inverno?

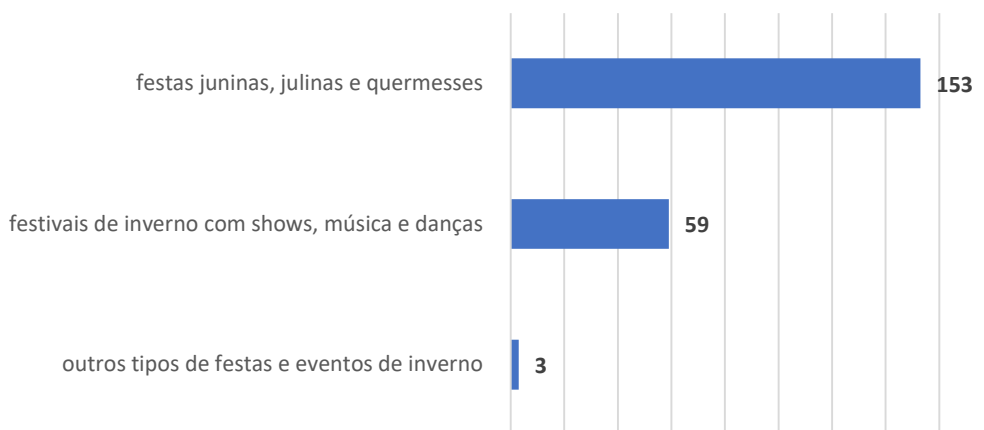


Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Quais tipos de festas e/ou eventos você frequenta?

(obs.: permitia apontar mais de uma alternativa)



Base: 160 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Em que local (is) você costuma participar das festas e/ou eventos de inverno?

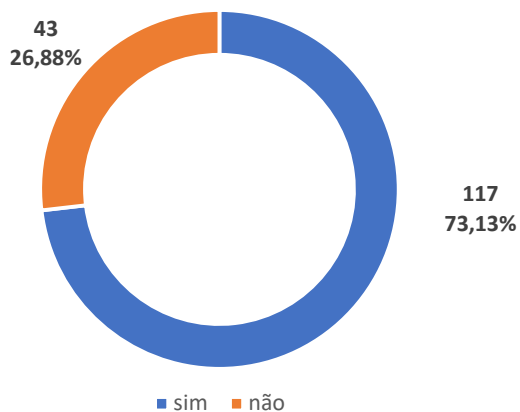
(obs.: permitia apontar mais de uma alternativa)



Base: 160 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

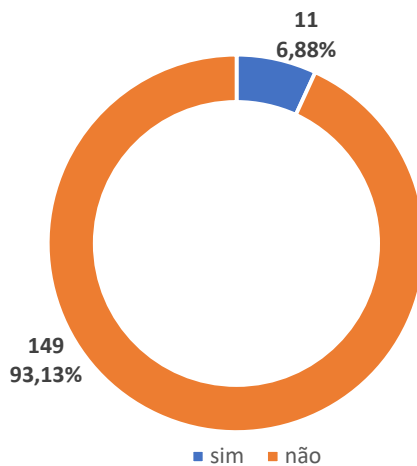
Você conhece os critérios e condições para pagamento de meia entrada para as festas e/ou eventos?



Base: 160 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você já teve algum tipo de problema de consumo relacionados às festas e eventos de inverno?

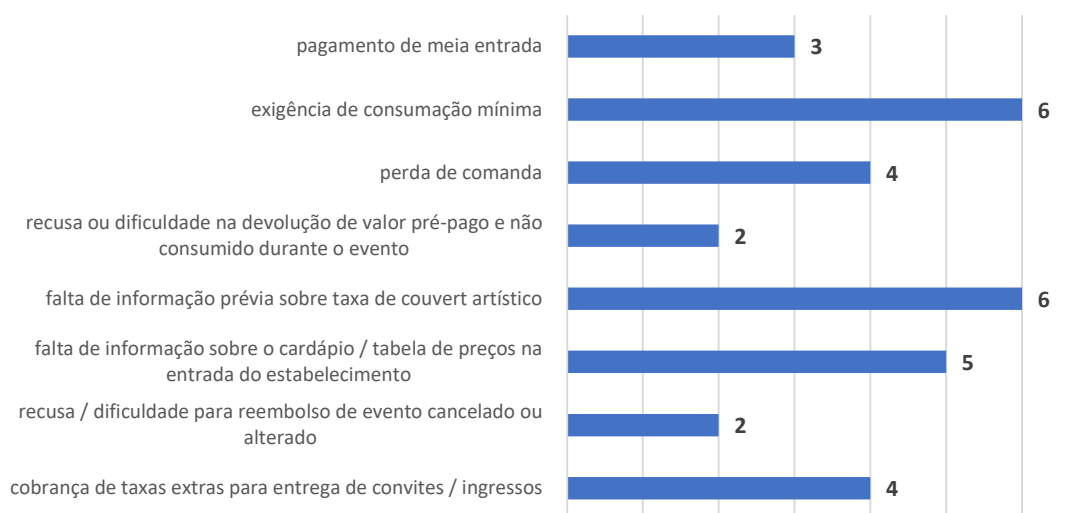


Base: 160 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Qual(is) tipo(s) de problema(s) você já teve?

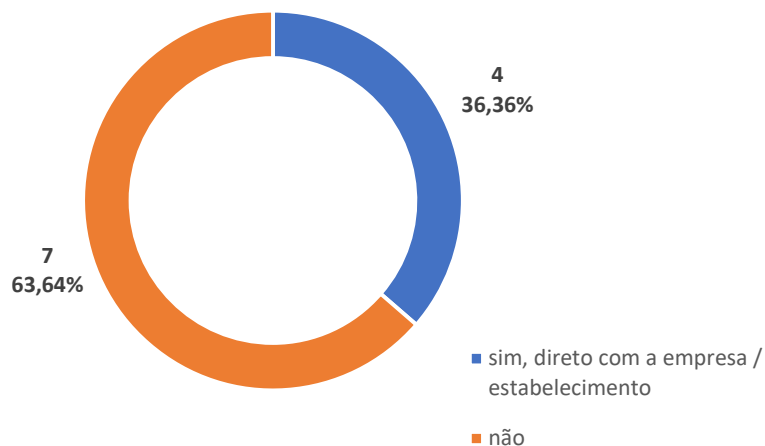
(obs.: permitia apontar mais de uma alternativa)



Base: 11 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

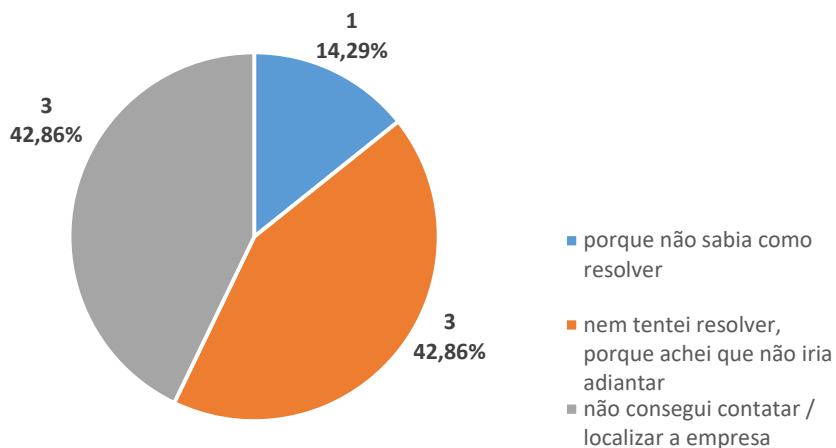
Você conseguiu resolver o(s) problema(s)?



Base: 11 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

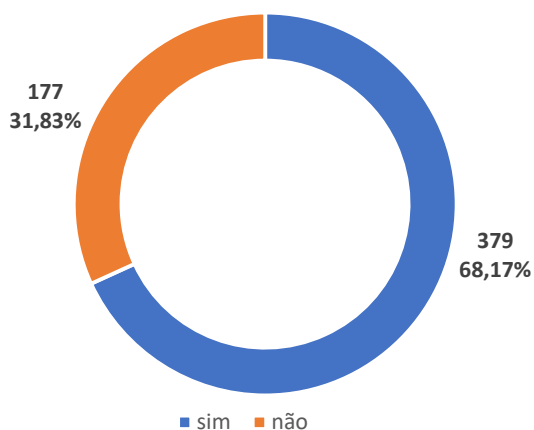
Por que não conseguiu resolver o(s) problema(s)?



Base: 7 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

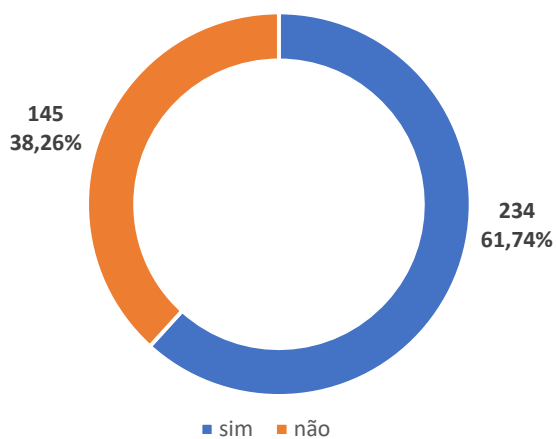
Você costuma comprar alimentos típicos de inverno?



Base: 556 entrevistados

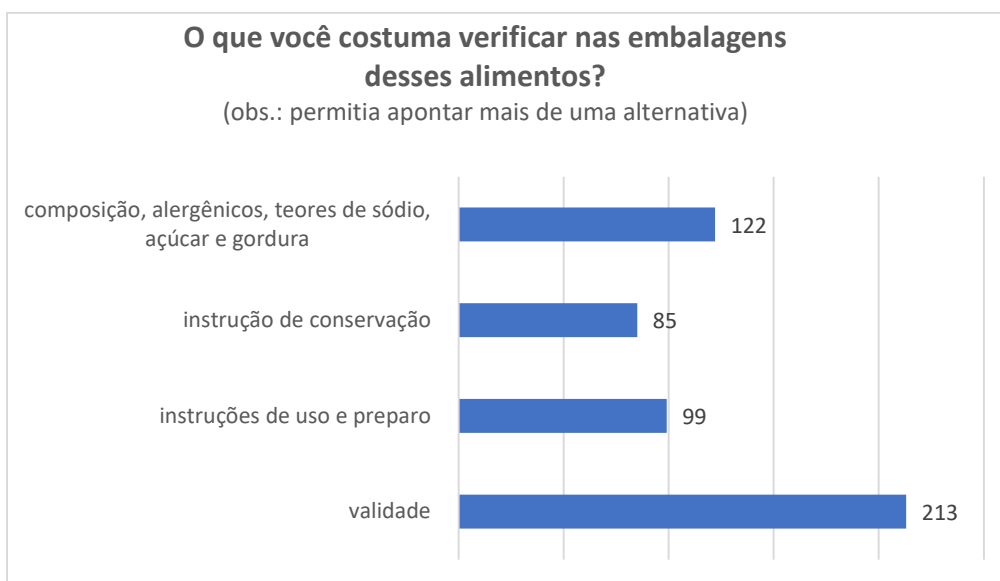
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

No momento da aquisição, você costuma verificar as embalagens desses alimentos?



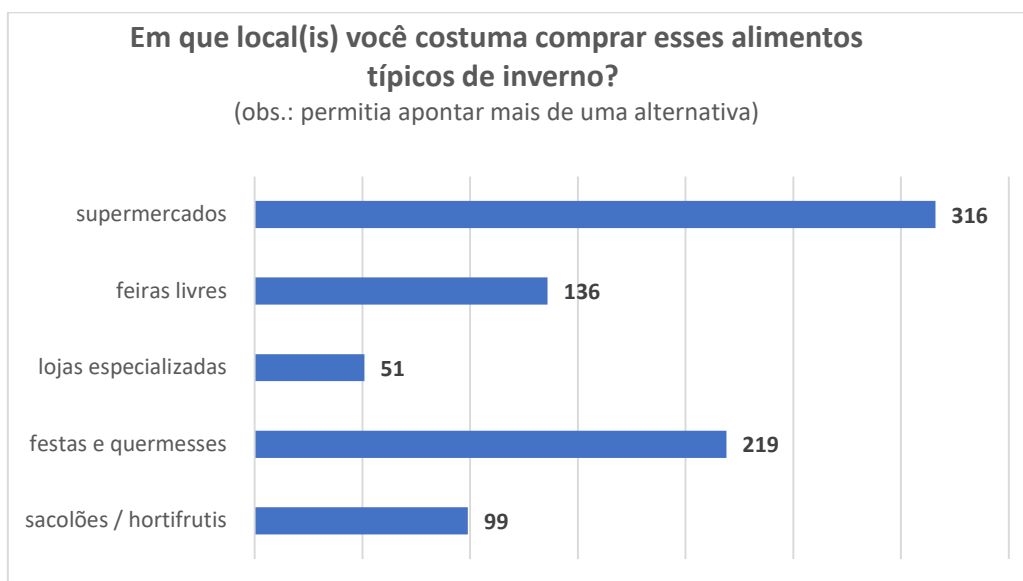
Base: 379 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 234 entrevistados

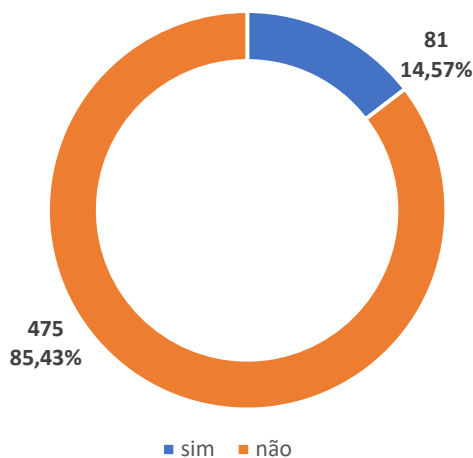
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 379 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você costuma viajar para algum destino de inverno?

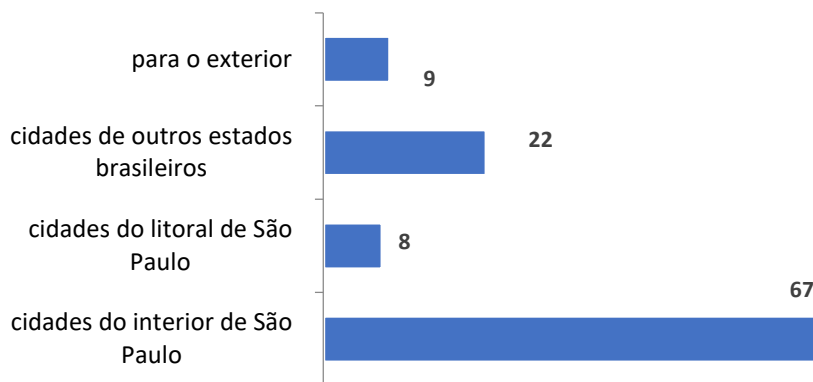


Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Para onde você geralmente viaja no inverno?

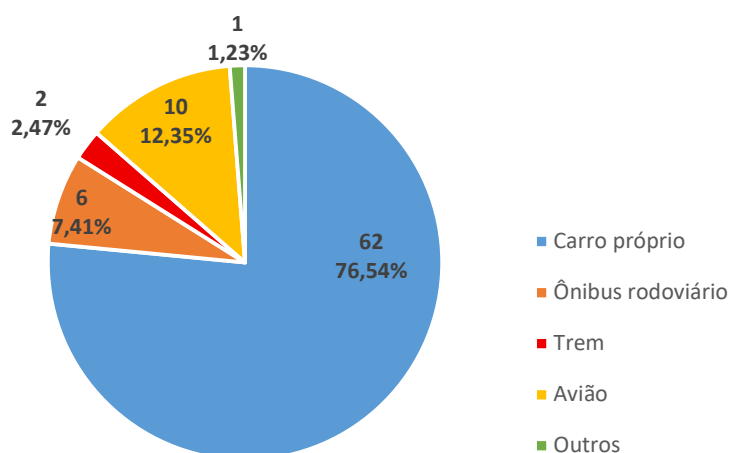
(obs.: permitia apontar mais de uma alternativa)



Base: 81 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

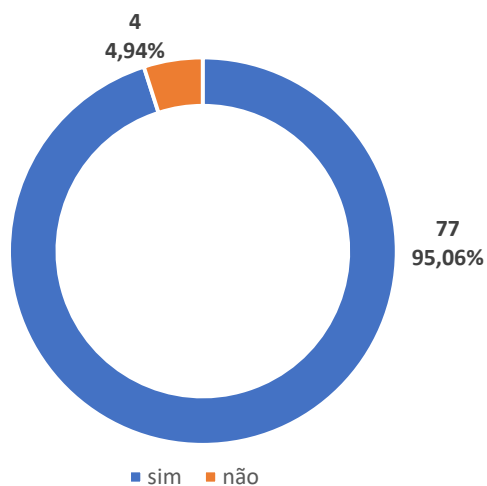
Qual é o meio de transporte mais utilizado para essas viagens?



Base: 81 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

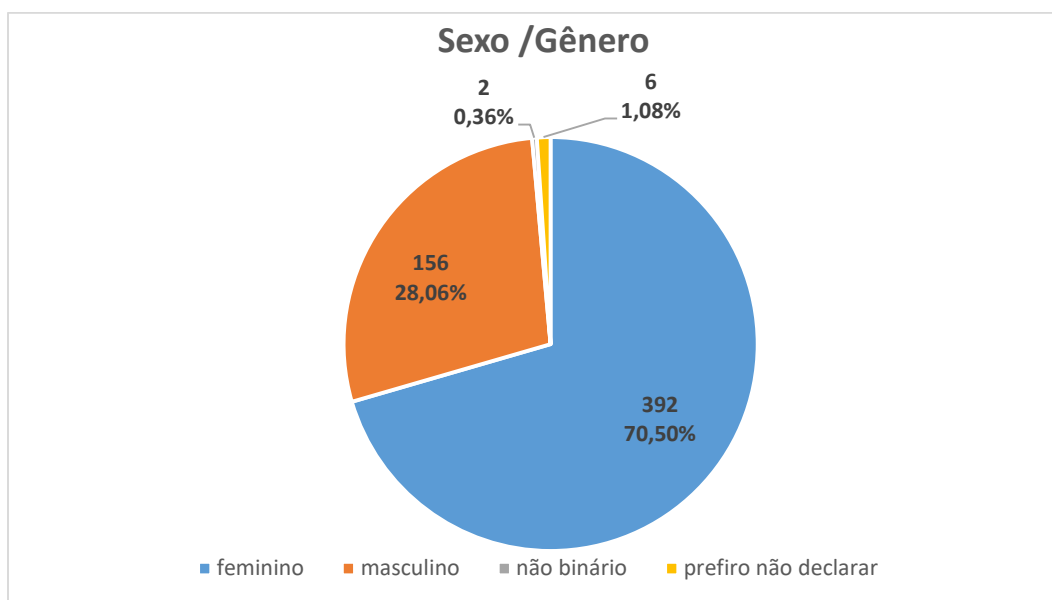
Você costuma pesquisar preços antes de viajar?



Base: 81 entrevistados

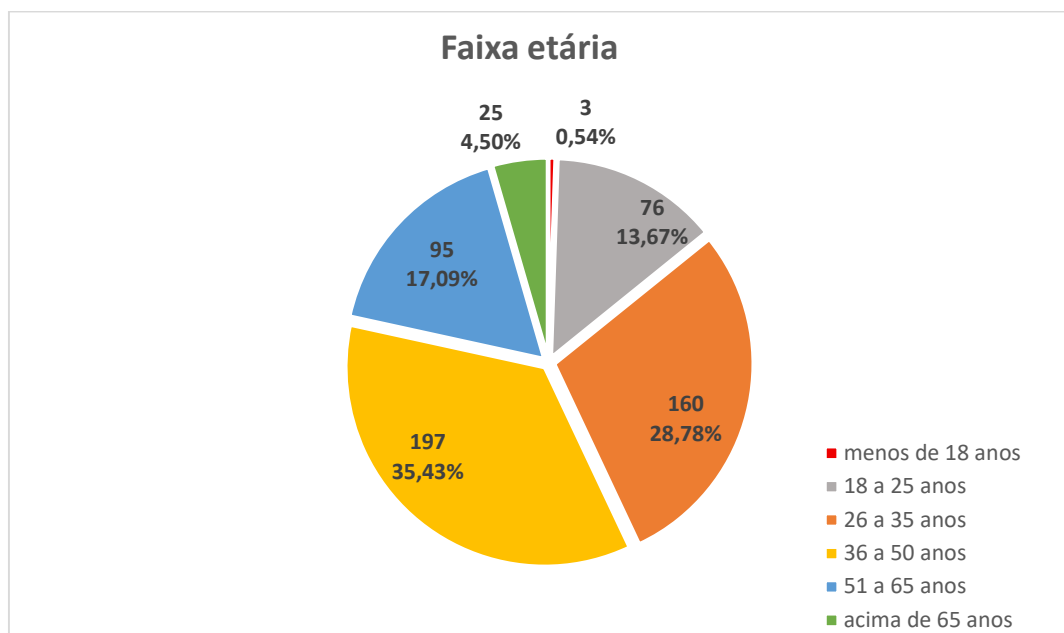
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Perfil do Entrevistado



Base: 556 entrevistados

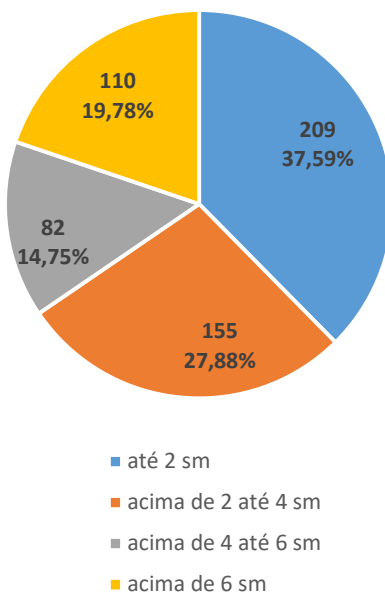
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

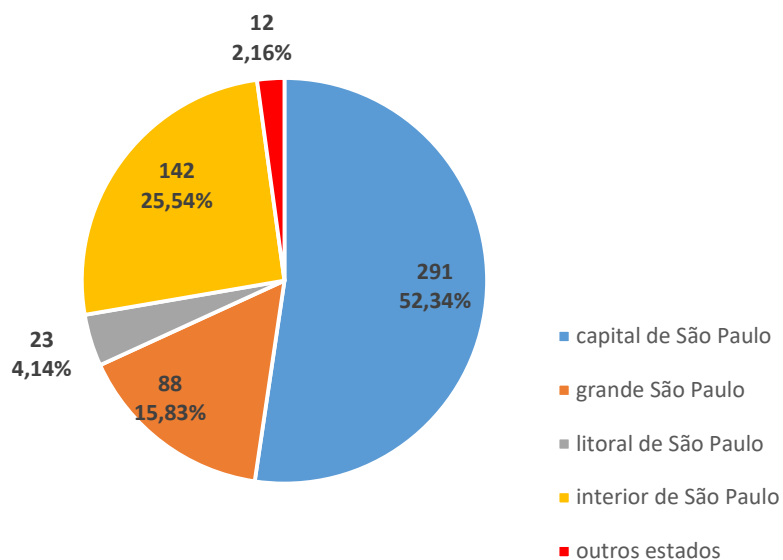
Faixa de renda individual mensal (com base no salário mínimo nacional)



Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Onde você reside?



Base: 556 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Análise dos Resultados

A maioria dos entrevistados declaram que compram roupas, agasalhos, bebidas e alimentos específicos para a estação de inverno, bem como, costumam comprar medicamentos e vacinas.

Quando indagamos se o consumidor já se endividou em função da compra dos produtos e/ou contratações de serviços comercializados no inverno, 25% (139) informaram que sim.

28,78% (160) da amostra informaram que tem o hábito de frequentar festas e/ou eventos de inverno. Sendo que a maioria desses frequentam festas juninas, julinas e quermesses em igrejas e centros religiosos.

Questionamos se o consumidor conhece os critérios e condições para pagamento de meio entrada para as festas e/ou eventos, 73,13% (117) declararam que sim.

6,88% (11) informaram que já tiveram problemas de consumo relacionados às festas e/ou eventos de inverno. Os três problemas mais apontados foram: exigência de consumação mínima; falta de informação prévia sobre taxa de couvert artístico; falta de informação sobre o cardápio / tabela de preços na entrada do estabelecimento.

36,36% (4) dos que tiveram problemas informaram que conseguiram resolver. Todos informaram que resolveram direto com a empresa.

42,86% dos que não resolveram o problema alegaram que não conseguiram contatar / localizar a empresa.

68,17% (379) dos entrevistados costumam comprar alimentos típicos de inverno. 61,74% (234) desses entrevistados costumam verificar as embalagens desses alimentos, tais como: validade; composição, alergênicos, teores de sódio, açúcar e gordura; instruções de uso, preparo e conservação.

Os locais mais citados onde o consumidor mais costuma comprar os alimentos típicos são os supermercados, festas, quermesses e feiras livres.

Quando indagamos se costumam viajar para algum destino de inverno, a maioria disse que não, 85,43% (475).

Perguntamos aos que viajam no inverno (81), para onde geralmente vão e qual é o meio de transporte mais utilizado, a maioria apontou para cidades do interior de São Paulo e carro próprio, respectivamente.

A grande maioria dos que viajam, 95,06% (77), costumam pesquisar preços antes de viajar.

Dentro da amostra obtida pelo site do Procon-SP, verificamos que a maioria dos entrevistados tem o seguinte perfil:

- sexo feminino, 70,50% (392);
- tem entre 26 e 50 anos, 64,21% (357);
- ganha até 4 salários mínimos, 65,47% (364);
- reside na capital de São Paulo, 52,34% (291).

Comparativo entre as Pesquisas

	2025	2026
Produtos/Serviços de inverno comprados e/ou contratados	Em ambas pesquisas os três mais citados foram: - roupas e agasalhos para a estação; - bebidas e alimentos típicos; - medicação e vacinas.	
Se endividou decorrente da compra e/ou contratação	24,39%	25,00%
Tem hábito de ir a festas / eventos de inverno	36,10%	28,78%
Tipos de festas que frequenta no inverno	Em ambas pesquisas as mais citadas foram: - festas juninas, julinas, quermesses; - festivais de inverno (shows musicais / danças).	
Onde costuma participar	Em ambas pesquisas os três locais mais citados foram: - igrejas e centros religiosos; - na própria casa ou de parentes; - na rua, em parques ou praças.	
Conhece critérios para pagamento de meia entrada	80,41%	73,13%
Tem problema de consumo relacionado às festas	11,49%	6,88%
Problemas apontados em ambas pesquisas	- exigência de consumação mínima; - falta de informação prévia sobre couvert artístico; - falta de informação na entrada do estabelecimento (cardápio / preço); - perda de comanda; - cobrança de taxas extras de entrega (ingressos); - pagamento de meia entrada; - recusa ou dificuldade na devolução de valor pré-pago não consumido; - recusa / dificuldade do reembolso de evento cancelado ou alterado.	



	2025	2026
Conseguiu resolver o problema	64,71%	36,36%
Com quem resolveu		
- direto com a empresa	36,36%	100,00%
- redes sociais e plataformas	36,36%	-
- Procon ou outro órgão oficial de defesa do consumidor	18,18%	-
- Justiça comum	9,09%	-
Motivos dos entrevistados que não resolveram o problema		
- não sabia como resolver	50,00%	14,29%
- a empresa não resolveu	33,33%	-
- não tomou nenhuma atitude, porque não adiantava	16,67%	42,86%
- não conseguiu contatar / localizar a empresa	-	42,86%
Consome alimentos típicos de inverno	72,44%	68,17%
Verifica embalagens	64,65%	61,74%
O que costuma verificar nas embalagens	Em ambas pesquisas os três mais citados foram: - validade; - composição, alergênicos, sódio, etc. - instruções de uso e preparo.	
Onde costuma comprar	Em ambas pesquisas os três locais mais citados foram: - supermercados; - festas e quermesses; - feiras livres.	
Costuma viajar no inverno	17,56%	14,57%
Para onde costuma viajar	Em ambas pesquisas os três locais mais citados foram: - cidades do interior de São Paulo; - cidades de outros estados brasileiros; - para o exterior.	
Meio de transporte mais utilizado para essas viagens		
- carro próprio	73,61%	76,54%
- ônibus rodoviário	9,72%	7,41%
- trem	1,39%	2,47%
- avião	11,11%	12,35%
Pesquisa preços antes de viajar	91,67%	95,06%



		2025	2026
Perfil dos Entrevistados			
Sexo / Gênero	Feminino	65,12%	70,50%
	Masculino	32,93%	28,06%
	Não binário	1,22%	0,36%
	Prefere não declarar	0,73%	1,08%
Faixa Etária	Menos de 18 anos	0,49%	0,54%
	18 a 25 anos	12,44%	13,67%
	26 a 35 anos	26,83%	28,78%
	36 a 50 anos	36,83%	35,43%
	51 a 65 anos	18,78%	17,09%
	Acima de 65 anos	4,63%	4,50%
Renda Mensal Individual (base salário mínimo nacional)	Até 2 salários mínimos	40,24%	37,59%
	De 2 a 4 salários mínimos	27,80%	27,88%
	De 4 a 6 salários mínimos	14,15%	14,75%
	Acima de 6 salários mínimos	17,80%	19,78%
Onde reside?	Capital de São Paulo	49,76%	52,34%
	Grande São Paulo	13,90%	15,83%
	Litoral de São Paulo	3,66%	4,14%
	Interior de São Paulo	31,22%	25,54%
	Outros estados	1,46%	2,16%

Análise do Comparativo 2025 x 2026

1. Consumo de Inverno e Festas

- **Roupas / agasalhos:** continua sendo o item mais procurado no inverno em ambos os anos.
- **Frequência em festas:** em 2025, 36,10% dos entrevistados tinham o hábito de frequentar festas de inverno. Esse número caiu para 28,78% em 2026, indicando uma menor participação nesses eventos.
- **Tipos de festas mais frequentadas:** em ambos períodos analisados, as festas juninas, julinas, quermesses e festivais de inverno foram os mais apontados.

2. Comportamento de Compra de Alimentos

- **Consumo de alimentos típicos de inverno:** em 2025, 72,44% consumiam alimentos típicos de inverno. Em 2026, esse número caiu para 68,17%.
- **Verificação de embalagens:** tomando-se como base os entrevistados que consomem esses alimentos observamos que, em 2025, 64,65% checavam os rótulos, em 2026 caiu para 61,74%. Ambas pesquisas apontaram que os entrevistados costumam verificar com mais frequência: validade, informações da composição, instruções de uso e preparo.

3. Viagens no Inverno

- **Hábito de viajar:** a intenção ou hábito de viajar no inverno se manteve baixa, 17,56% (2025) e 14,57% (2026).
- **Meio de transporte:** o carro próprio domina esmagadoramente as viagens nos dois cenários, representando 73,61% em 2025 e subindo para 76,54% em 2026.
- **Destino principal:** o interior de São Paulo continua sendo o destino favorito de quem viaja no inverno.

4. Perfil dos Respondentes

- **Gênero:** o público feminino é a grande maioria nas duas pesquisas, representando 65,12% da amostra de 2025 e 70,50% em 2026.
- **Faixa etária:** o público das faixas etárias de 26 a 35 anos e 36 a 50 anos lidera a participação nos dois anos.
- **Renda mensal:** a maior fatia dos respondentes, em ambos os períodos, concentra-se na faixa de renda de até 2 salários mínimos (40,24% em 2025 e 37,59% em 2026).
- **Local de residência:** grande maioria reside na Capital de São Paulo, em ambas pesquisas (49,76% em 2025 e 52,34% em 2026).

Orientações Importantes

A lei da **meia-entrada** no Brasil garante um desconto de 50% em eventos culturais e esportivos para determinados grupos, sendo regulamentada pela Lei Federal nº 12.933/2013¹. Esta lei abrange estudantes, idosos (pessoas com 60 anos ou mais), pessoas com deficiência (incluindo seu acompanhante, quando necessário) e jovens entre 15 e 29 anos de baixa renda, inscrito no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal e cuja renda familiar mensal seja de até dois salários mínimos.

Os estabelecimentos são obrigados a destinar 40% do total de ingressos para a meia-entrada.

O benefício previsto não será cumulativo com quaisquer outras promoções e convênios e, também, não se aplica ao valor dos serviços adicionais eventualmente oferecidos em camarotes, áreas e cadeiras especiais.

O benefício previsto não será cumulativo com quaisquer outras promoções e convênios e, também, não se aplica ao valor dos serviços adicionais eventualmente oferecidos em camarotes, áreas e cadeiras especiais.

No Estado de São Paulo, a meia-entrada para estudantes em eventos esportivos e culturais já estava garantida desde 13/05/1992, com a Lei Estadual 7.844.

Em alguns estados e municípios, a meia-entrada também é estendida aos profissionais de educação. Por exemplo, em São Paulo, a Lei Estadual nº 10.858/2001² concede meia-entrada a professores das redes públicas estadual e municipal.

A **consumação mínima** é uma prática que consiste em um estabelecimento (bar, restaurante, casa noturna e outros) impor valor mínimo de consumo, devendo ser pago mesmo se não consumido. É considerada abusiva e proibida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), de acordo com o artigo 39, inciso I. No caso do Estado de São Paulo, há proibição por meio da Lei Estadual nº 17.832/2023³.

Muitas casas noturnas entregam ao consumidor, logo na entrada, uma comanda para anotação dos itens consumidos. Conforme o estabelecimento, a comanda deve ficar sob a responsabilidade do consumidor, que, no momento da saída, deve entregá-la ao caixa para efetuar o pagamento. A cobrança de multa por **perda da comanda**, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, é considerada uma prática abusiva. A responsabilidade pelo controle é do fornecedor e não deve ser transferida ao consumidor. Cabe ao estabelecimento registrar e controlar todos os itens consumidos pelo cliente. Dessa forma, se o consumidor extraviar a comanda não deve ser punido com multa. Só pode ser cobrado do valor referente ao que efetivamente consumiu.

¹ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12933.htm

² <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2001/lei-10858-31.08.2001.html>

³ <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2023/lei-17832-01.11.2023.html>

O **couvert de entrada** (aperitivos servidos antes do início da refeição) pode ser cortesia da casa. Se for cobrado, é preciso que o consumidor seja informado disso previamente pelo garçom ou atendente do estabelecimento. Além disso, a informação do preço do couvert deve estar no cardápio. Se o consumidor não for devidamente informado e não manifestar sua aceitação não poderá ser cobrado.

A cobrança do **couvert artístico** é permitida quando houver música ao vivo ou outra manifestação artística no local, desde que haja informação prévia. As informações referentes à cobrança devem constar em placas informativas afixadas na entrada do estabelecimento e no cardápio, de forma clara e precisa, abrangendo o evento artístico oferecido e o valor que será cobrado. O couvert artístico também deve ser cobrado separadamente das demais despesas. O estabelecimento não pode cobrar o consumidor pelo oferecimento de música ambiente ou por telões.

A **falta de informação sobre o cardápio e tabela de preços na entrada de um estabelecimento** é uma infração que pode gerar multas e outras penalidades para o estabelecimento. O Código de Defesa do Consumidor garante o direito à informação clara e precisa sobre preços e produtos, e a ausência dessa informação na entrada é considerada uma prática abusiva.

Caso seja cancelado o evento, o consumidor tem direito ao reembolso total do valor pago, incluindo taxas e encargos.

Se a data, local ou atrações do evento forem alterados de forma substancial, o consumidor também tem direito ao reembolso.

O organizador do evento deve informar claramente a política de reembolso e realizar o estorno em tempo hábil.

A Fundação Procon/SP firma o entendimento, por meio da Norma Institucional Procon-SP nº 114 de 06/09/2024, sobre a obrigatoriedade dos fornecedores que realizam a intermediação para venda de ingressos on-line de informar aos consumidores, de maneira clara, precisa, objetiva e ostensiva, a respeito do valor total da compra do ingresso, com destaque para a cobrança da **taxa de conveniência** e o motivo desta remuneração, a qual deve ser disponibilizada no momento da oferta do ingresso, constituindo infração ao direito à informação a não observância deste procedimento.

No tocante à bilheteria física, é dever do fornecedor manter a venda de ingressos de forma presencial, bem como o de informar sobre a sua localização e dias e horários de funcionamento. Por sua vez, constitui prática abusiva a inexistência de pontos de venda para a compra de ingressos de forma pessoal, de maneira que o consumidor seja compelido a adquirir ingressos mediante o pagamento de taxa de conveniência.



Incorre também em prática abusiva a conduta do fornecedor em disponibilizar os melhores lugares do evento exclusivamente para a venda pela internet, condicionado a cobrança de taxa de conveniência, cerceando o mesmo direito de escolha aos consumidores que desejam adquiri-los presencialmente, o respectivo ingresso em bilheteria.

Núcleo de Pesquisas – DEP – PROCON-SP – 13/07/2026