



Relatório da Pesquisa Comportamental

“Pessoa Idosa x Mercado de Consumo”

Percepção do Consumidor

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.

Nesse contexto, a Fundação Procon-SP, por meio do Núcleo de Pesquisas da Diretoria de Estudos e Pesquisas, realizou a terceira edição da pesquisa comportamental “Pessoa Idosa x Mercado de Consumo – Percepção do Consumidor”, dando continuidade ao levantamento iniciado em 2024 sobre as experiências das pessoas idosas nas relações de consumo.

A realização de edições sucessivas busca dar continuidade ao acompanhamento das experiências das pessoas idosas no mercado de consumo. Ao longo das três edições, parte das questões foi mantida, permitindo observar a recorrência de determinados temas entre os participantes, enquanto novas questões foram incorporadas para contemplar situações que ganharam relevância no período.

Entre os temas presentes nas três edições, destacam-se o recebimento de ofertas por redes sociais e/ou telefone, os problemas relatados por quem realiza compras ou contratações a partir dessas ofertas, a postura diante de problemas de consumo e as experiências relacionadas ao uso de aplicativos. Nesse último aspecto, os levantamentos vêm registrando, de forma recorrente, amplo acesso à internet e aplicativos e, ao mesmo tempo, relatos de dificuldades no acesso a empresas, produtos ou serviços quando o aplicativo é o único canal disponibilizado.

A edição de 2026 dá continuidade a esse acompanhamento e aprofunda questões relacionadas às experiências de consumo da pessoa idosa, incluindo situações envolvendo benefícios previdenciários, crédito consignado e renovação ou refinanciamento de empréstimos.

O levantamento investigou benefícios previdenciários e empréstimos consignados; ofertas e compras por redes sociais e/ou telefone; comportamento diante de problemas de consumo; acesso à internet e aplicativos; e dificuldades no acesso a produtos, serviços e atendimento por meios digitais.

Os resultados contribuem para identificar situações e dificuldades relatadas pelos participantes e podem subsidiar ações de educação para o consumo, produção de materiais de orientação e outros trabalhos desenvolvidos pelo Procon-SP voltados à pessoa idosa.



METODOLOGIA

A pesquisa possui caráter exploratório e descritivo e foi realizada por meio de questionário estruturado com 25 questões, incluindo as de perfil.

Participaram espontaneamente 812 consumidores com 60 anos ou mais, entre 20 de julho e 17 de agosto de 2026, no Posto de Atendimento Pessoal do Procon-SP da Liberdade, em Centros de Referência do Idoso (da Secretaria Municipal de São Paulo), e por meio do questionário online disponibilizado no site da Fundação.

Ainda, outras 194 pessoas com menos de 60 anos acessaram a pesquisa na intenção de responder, mas como não integravam o público-alvo, suas respostas não compõem os resultados, sendo apresentado em anexo final apenas o motivo do interesse em participar.

A pesquisa utiliza amostra não probabilística e de participação espontânea. Dessa forma, os resultados representam as experiências e percepções dos participantes e não devem ser generalizados para o conjunto da população idosa. As situações relatadas não foram analisadas individualmente quanto às suas circunstâncias, aspectos técnicos ou eventual caracterização jurídica.

As bases podem variar conforme os filtros do questionário. Nas questões de múltipla resposta, o número de apontamentos pode superar o número de entrevistados.

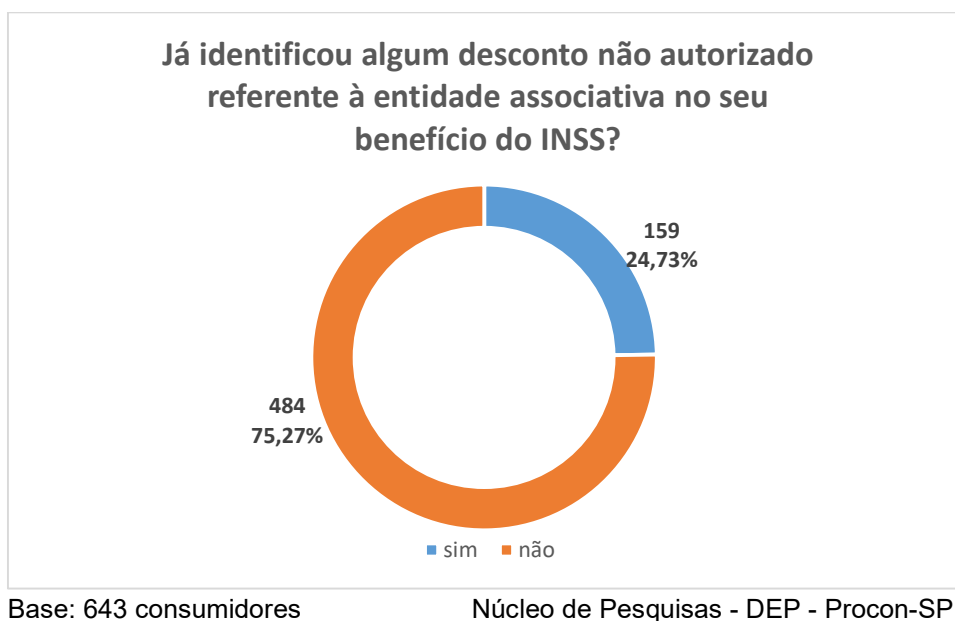
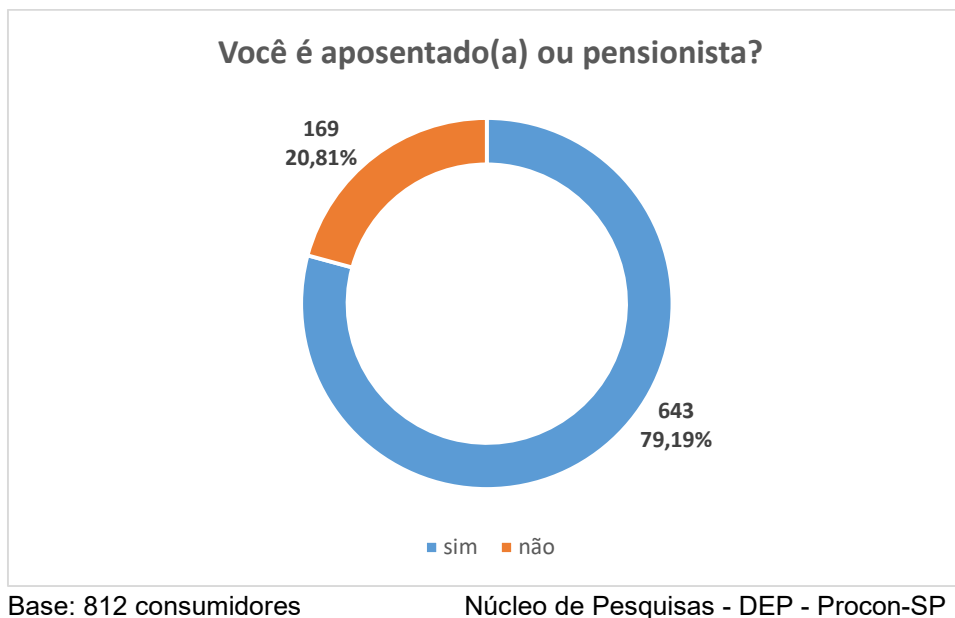
Apesar desses limites, os resultados constituem indicadores importantes que permitem identificar situações e dificuldades recorrentes no grupo pesquisado a fim de subsidiar ações de orientação, educação para o consumo e novos estudos sobre o tema.

A utilização de questões comparáveis entre as edições, sobretudo em 2025 e 2026 permite analisar descritivamente os resultados dos dois períodos. As diferenças observadas referem-se às respectivas amostras e não permitem, isoladamente, afirmar tendências para o conjunto da população idosa como um todo.

Resultados a seguir.

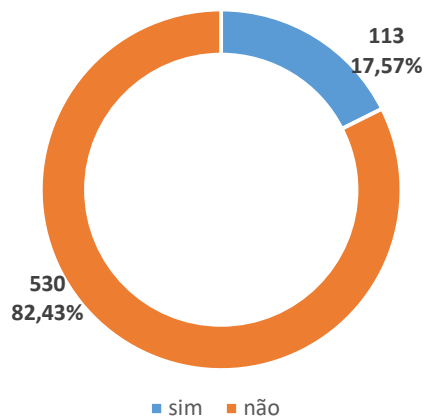


RESULTADOS





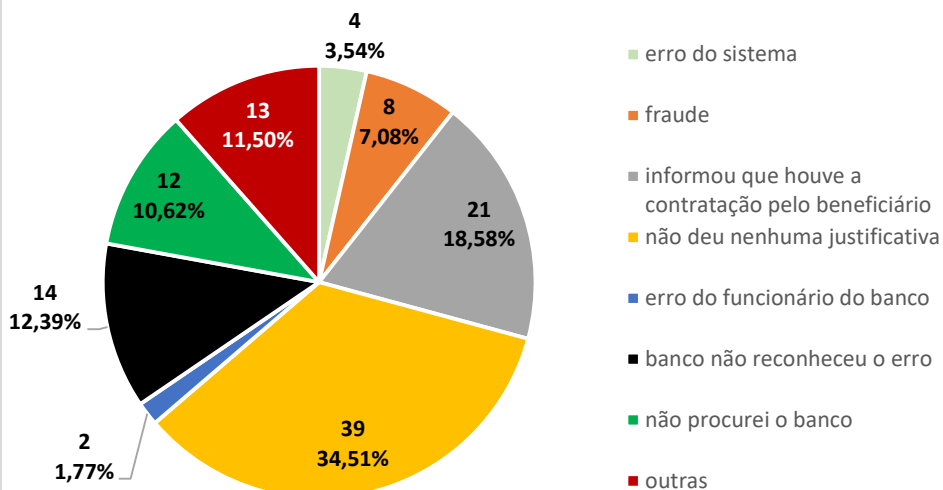
Ocorreu algum débito no benefício referente a empréstimo consignado não contratado?



Base: 643 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Qual a justificativa dada pelo banco referente ao empréstimo consignado não contratado?

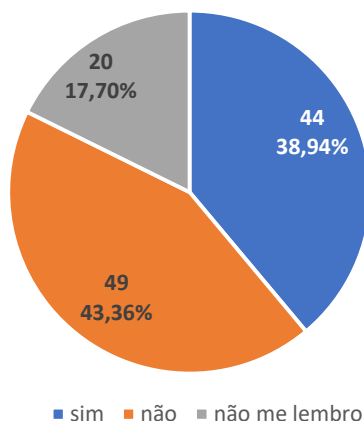


Base: 113 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



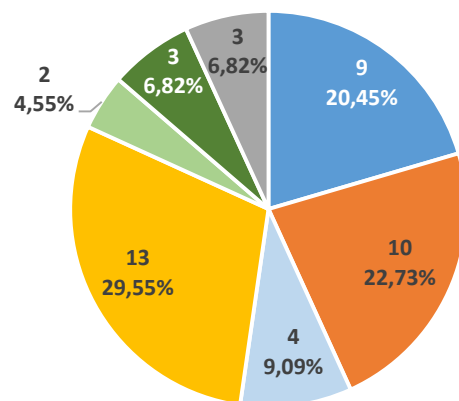
Você já teve um empréstimo consignado renovado ou refinanciado sem a sua autorização ou clareza?



Base: 113 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Detalhamento do ocorrido



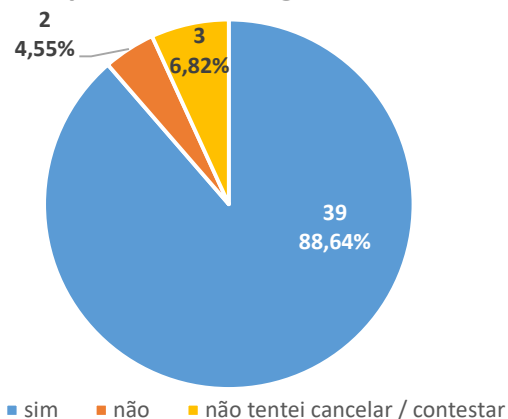
- autorizei uma operação, mas não entendi direito que se tratava de uma renovação ou refinanciamento
- percebi a renovação apenas após o início dos descontos ou ao consultar o extrato do benefício
- fui informado(a) de que a renovação era necessária para obter novo crédito ou manter o contrato / renovação com "troco"
- fui informado(a) de que havia autorizado a operação (por telefone, aplicativo ou outro meio eletrônico), mas não reconheço/ não me lembro dessa autorização
- a instituição não apresentou documentos, gravações ou outra comprovação de autorização
- a renovação aumentou o prazo ou o custo da dívida sem que eu esperasse
- outros

Base: 44 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



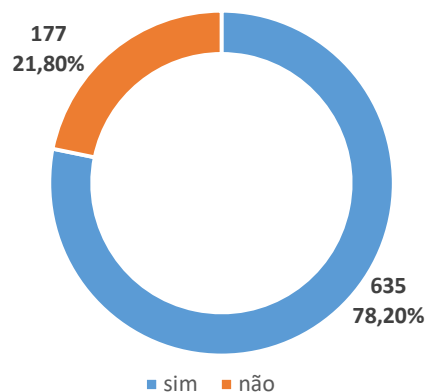
Teve dificuldade de cancelar ou contestar a renovação ou refinanciamento de empréstimo consignado?



Base: 44 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Recebe oferta de produtos e/ou serviços em suas redes sociais e/ou telefone?

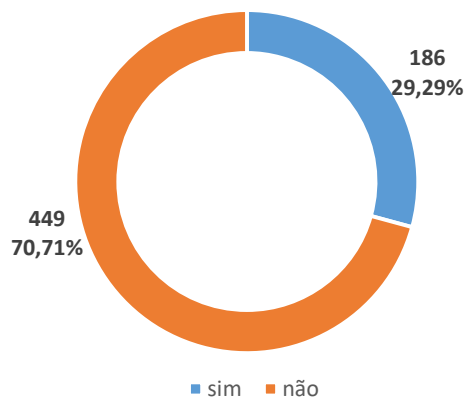


Base: 812 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



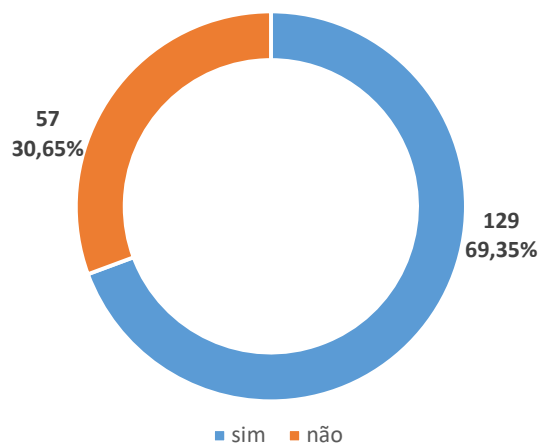
Você normalmente compra o produto e/ou contrata o serviço ofertado nas suas redes sociais e/ou telefone?



Base: 635 consumidores

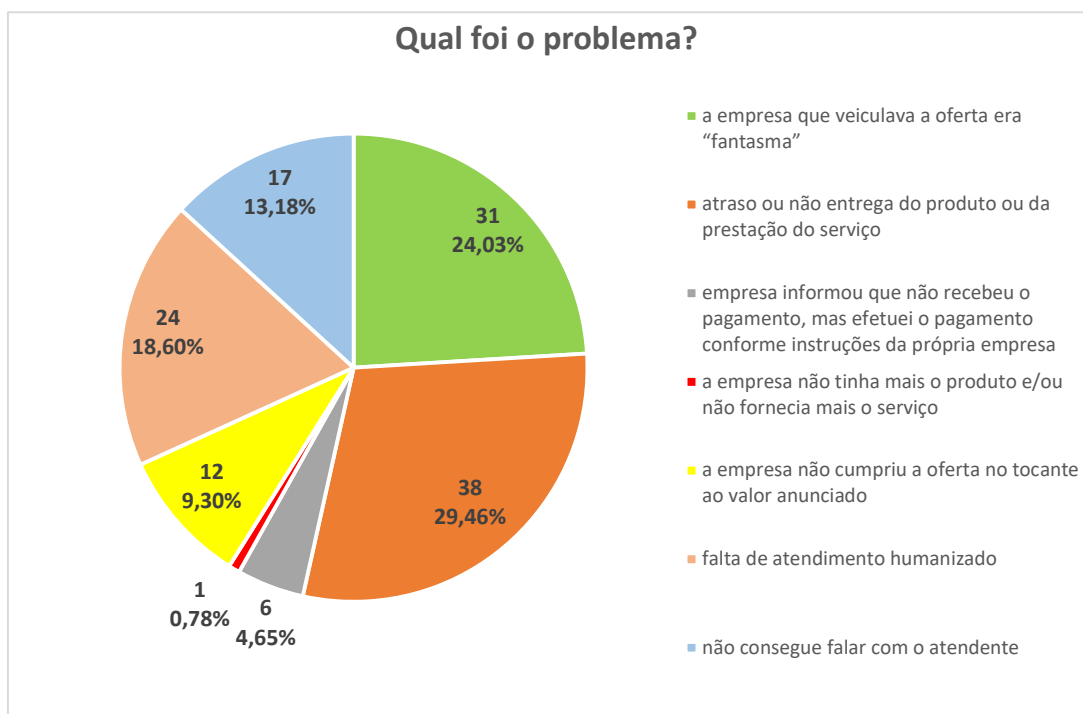
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Teve algum problema?



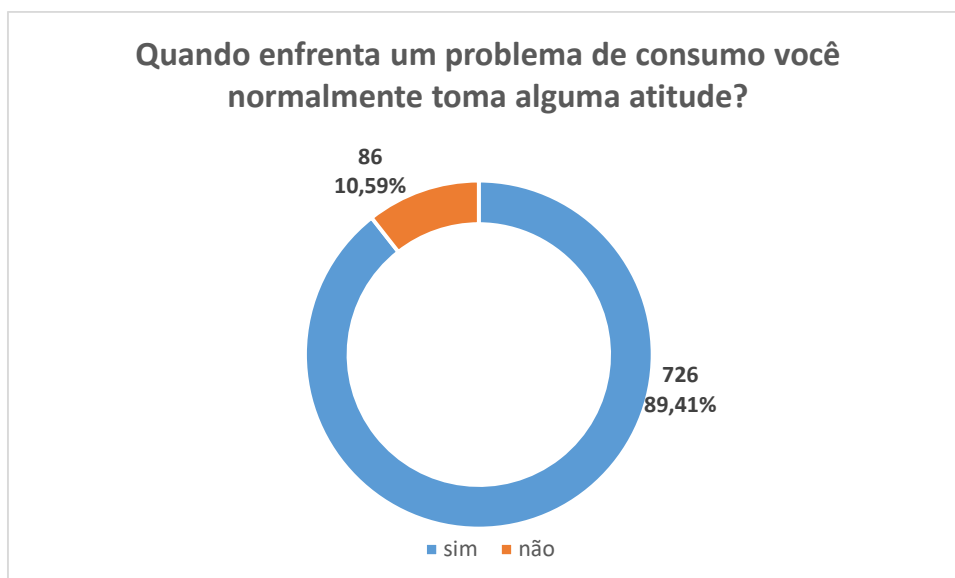
Base: 186 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



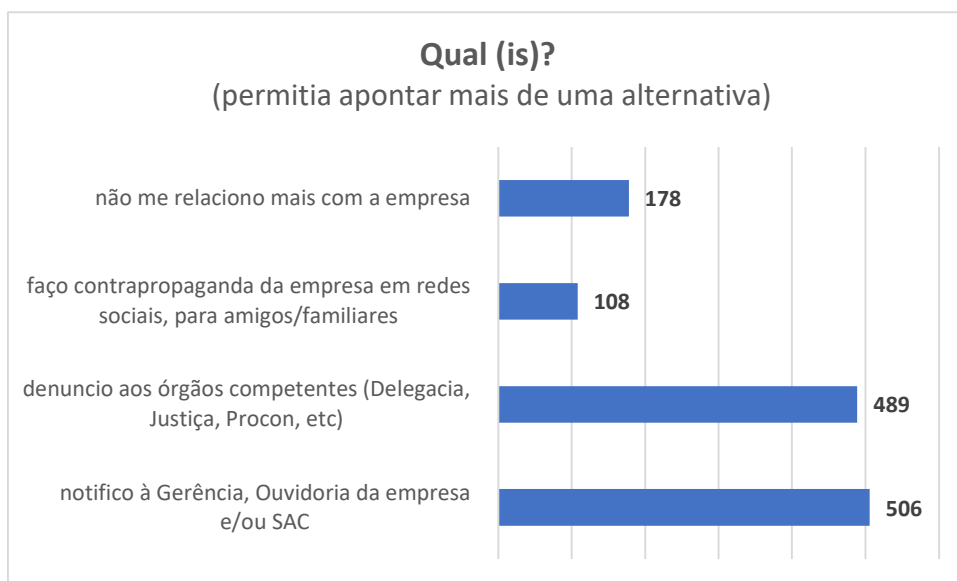
Base: 129 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

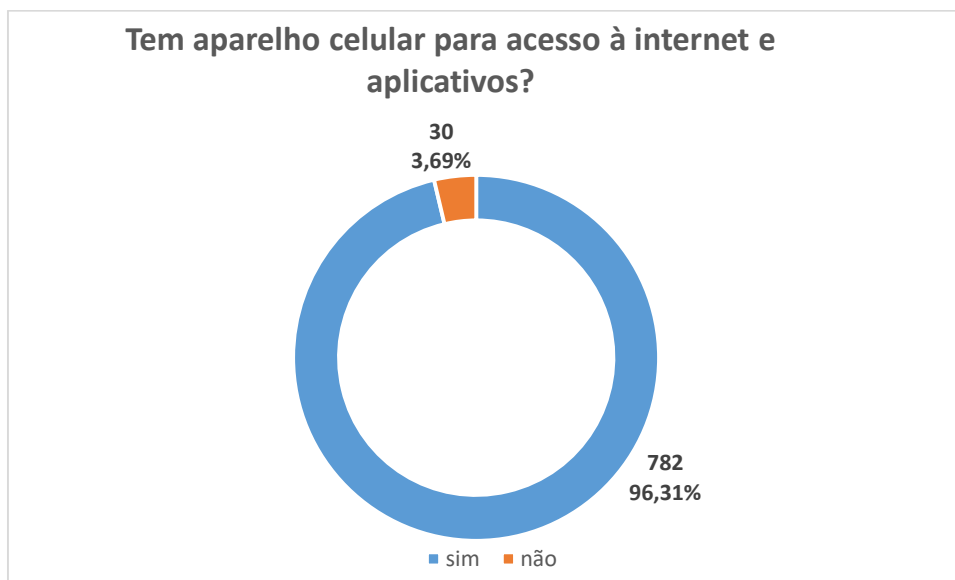


Base: 812 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

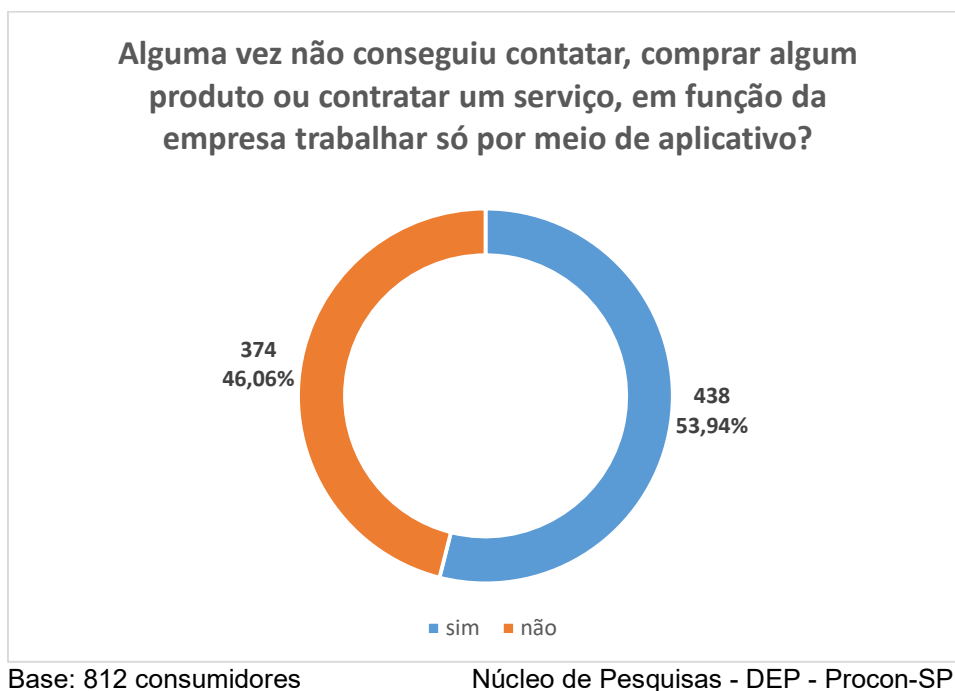


Base: 726 consumidores (1281 apontamentos) Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



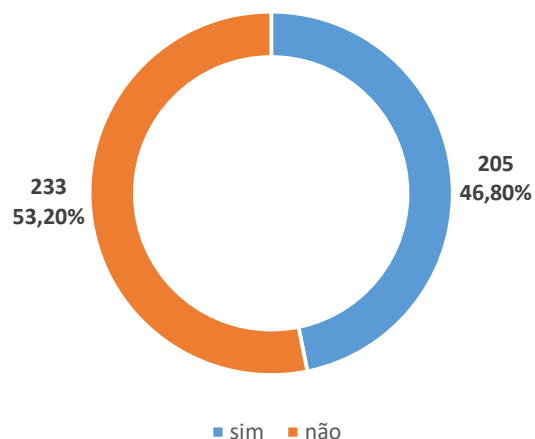
Base: 812 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP





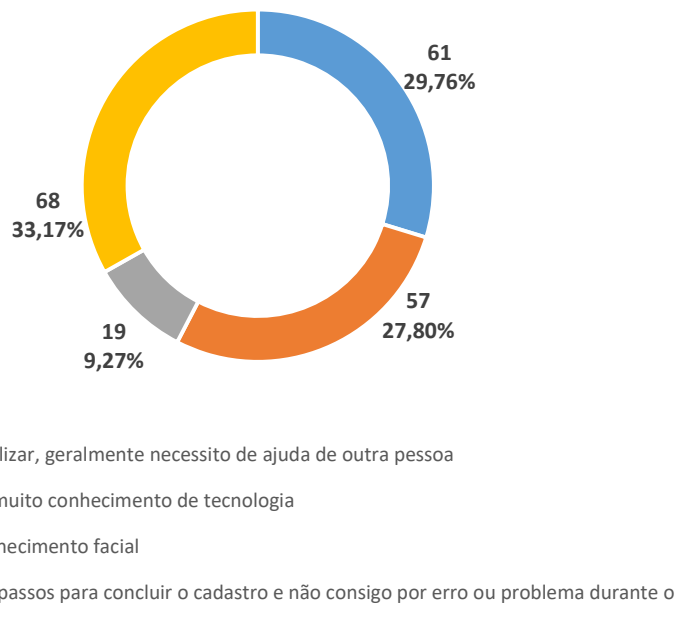
Tem dificuldades de manusear os aplicativos?



Base: 438 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Por que tem dificuldade em manusear os aplicativos?



Base: 205 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



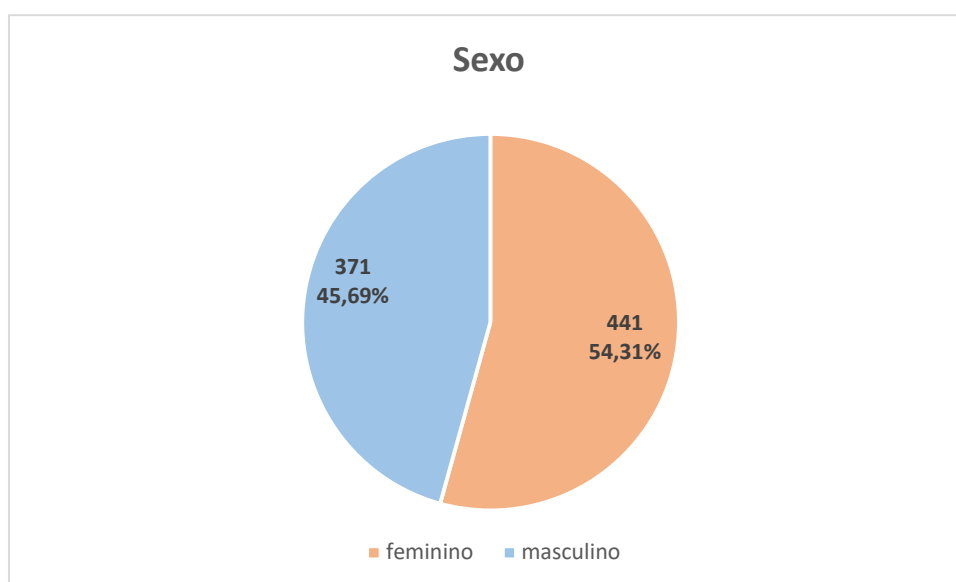
Segmentos de empresa que o consumidor apontou ter dificuldade de manusear os aplicativos (permitia apontar mais de uma alternativa):

Concessionária de serviço público (água, luz, gás, telefonia e similares)	145
Estabelecimento financeiro (banco, financeira, seguradora e similares)	131
Estabelecimento que oferece tratamento, produtos e/ou serviços de saúde (hospital, consultório, laboratório, drogaria, operadora de saúde, etc.)	66
Veículos de transporte (avião, trem, metrô, ônibus, embarcação, táxi e similares)	53
Mercados (supermercado, hipermercado, hortifrúti, granja, etc.)	50
Lojas (de roupas, calçados, eletroeletrônicos, etc.)	45
Estabelecimento que oferece refeições (bar, lanchonete, restaurante, confeitaria, padaria e similares)	45
Local para entretenimento ou conferências (cinema, teatro, casa de show, boates, livrarias e similares)	41
Estabelecimento que oferece hospedagem (hotel, pensão, pousada, estalagem, motel e similares)	35
Imobiliária / Stand de venda de imóveis	28
Estabelecimento de ensino (escola, universidade, creches, cursos livres, etc.)	25
Local de práticas esportivas (academia, clube, ginásio, estádio, centros esportivos e similares)	21
Locadoras de veículos	20
Estabelecimento que oferece cuidados estéticos (salão de cabelereiro, barbearia, clínica estética, etc.)	19

Base: 205 consumidores - total de apontamentos: 724

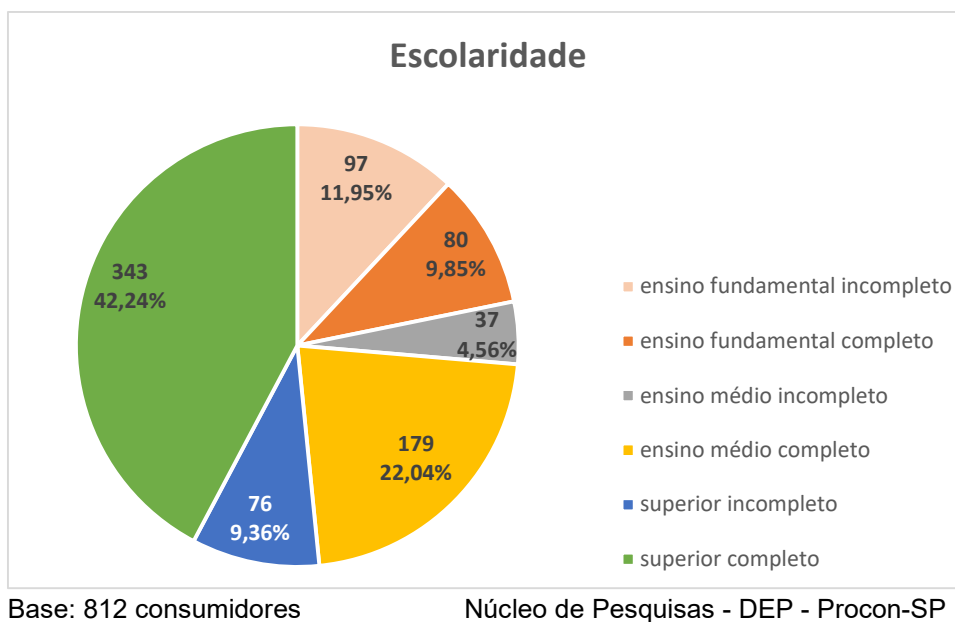
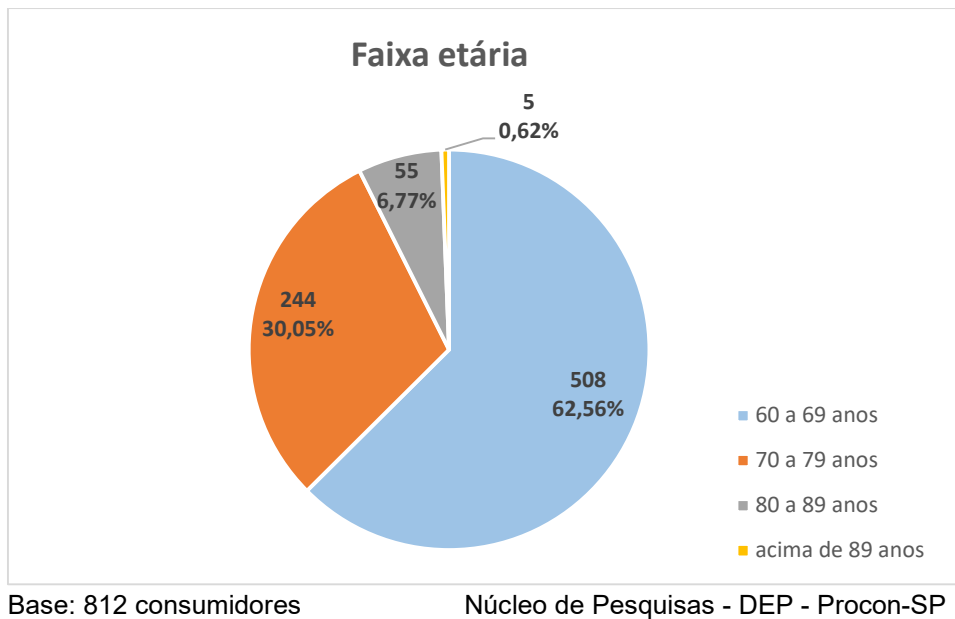
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

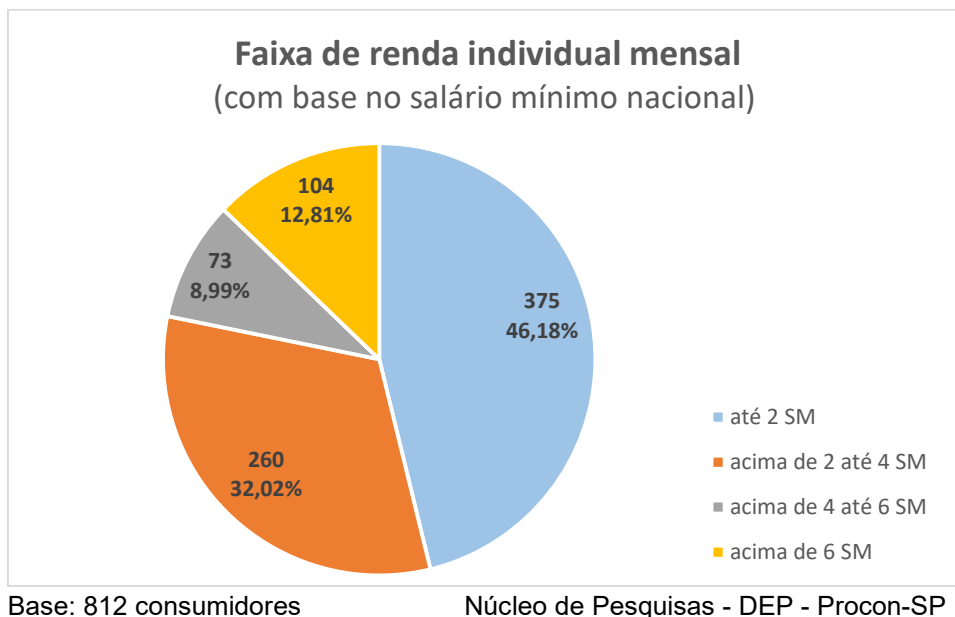
Perfil do Consumidor Idoso Entrevistado



Base: 812 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP





ANÁLISE DOS RESULTADOS 2026

Benefícios previdenciários e crédito consignado

Dos 812 entrevistados, 79,19% (643) eram aposentados ou pensionistas. Nesse grupo, 24,73% (159) declararam ter identificado desconto não autorizado referente a entidade associativa em benefício do INSS e 17,57% (113), débito referente a empréstimo consignado que declararam não ter contratado.

Entre os 113 que relataram empréstimo consignado não contratado, 34,51% (39) afirmaram não ter recebido justificativa do banco.

Nesse mesmo grupo, 38,94% (44) declararam já ter tido empréstimo consignado renovado ou refinanciado sem sua autorização ou sem clareza sobre a operação. Entre esses 44, as situações mais mencionadas foram informação de autorização por telefone ou meio eletrônico não reconhecida ou não lembrada pelo entrevistado (29,55%); percepção da renovação somente após descontos ou consulta ao extrato (22,73%); e autorização da operação sem compreensão de que se tratava de renovação ou refinanciamento (20,45%).

Ainda entre esses 44 entrevistados, 88,64% (39) declararam dificuldade para cancelar ou contestar a operação.



Ofertas por redes sociais e/ou telefone

Dos 812 entrevistados, 78,20% (635) afirmaram receber ofertas de produtos ou serviços por redes sociais e/ou telefone.

Entre esses 635, 29,29% (186) declararam normalmente comprar ou contratar a partir das ofertas recebidas. Nesse grupo, 69,35% (129) afirmaram já ter enfrentado algum problema.

As ocorrências mais mencionadas foram atraso ou não entrega do produto ou serviço (29,46%), empresa identificada pelo entrevistado como “fantasma” (24,03%) e falta de atendimento humanizado (18,60%).

Atitude diante de problemas de consumo

Entre os 812 entrevistados, 89,41% (726) afirmaram normalmente tomar alguma atitude diante de problemas de consumo.

Como a questão admitia múltiplas respostas, foram registrados 1.281 apontamentos. As providências mais mencionadas foram procurar gerência, Ouvidoria ou SAC da empresa (506) e recorrer a órgãos como Procon, Justiça ou Delegacia (489).

Acesso à internet e aplicativos

Dos 812 entrevistados, 96,31% (782) declararam possuir celular com acesso à internet e aplicativos.

Apesar do amplo acesso, 53,94% (438) dos entrevistados afirmaram já ter deixado de conseguir contatar uma empresa, comprar produto ou contratar serviço porque a empresa trabalhava somente por aplicativo.

Entre esses 438, 46,80% (205) declararam dificuldade para manusear aplicativos, enquanto 53,20% (233) não tiveram dificuldade.

Os resultados evidenciam uma questão relevante no grupo pesquisado: embora 96,31% dos entrevistados possuam celular com acesso à internet e aplicativos, 53,94% afirmaram já ter deixado de conseguir contatar uma empresa, comprar um produto ou contratar um serviço porque o acesso era disponibilizado exclusivamente por aplicativo. O dado ainda mostra que possuir acesso à tecnologia por si só, não garante o acesso efetivo aos produtos, serviços e canais de atendimento oferecidos por meio digital.

Além disso, entre os 438 entrevistados que relataram esse impedimento, 53,20% afirmaram não ter dificuldade para manusear aplicativos de modo geral. O resultado indica que as barreiras relatadas não podem ser atribuídas apenas à falta de familiaridade do consumidor com a tecnologia, podendo envolver outros aspectos do acesso aos serviços digitais, que não foram objeto específico deste levantamento.



Entre os 205 que declararam dificuldade de manuseio, os motivos mais mencionados são relativos as muitas etapas ou problemas durante o cadastro (33,17%), dificuldade de utilização e necessidade de auxílio de outra pessoa (29,76%), pouco conhecimento de tecnologia (27,80%) e reconhecimento facial (9,27%).

Nas questões sobre os segmentos em que encontravam dificuldades com aplicativos, que admitiam múltiplas respostas, destacaram-se concessionárias de serviços públicos (145 apontamentos), instituições financeiras (131) e serviços relacionados à saúde (66).

Entre os 205 entrevistados que declararam dificuldade no manuseio de aplicativos, 58,05% eram mulheres, 55,61% tinham entre 60 e 69 anos, 44,39% possuíam ensino superior completo ou incompleto e 79,02% declararam renda individual de até quatro salários mínimos. O perfil observado mostra que as dificuldades relatadas também estão presentes entre entrevistados mais jovens dentro da faixa etária pesquisada e com maior escolaridade, indicando que a questão não deve ser compreendida apenas a partir da idade avançada ou do nível de instrução.

RECORRÊNCIAS OBSERVADAS NAS TRÊS EDIÇÕES

A realização da pesquisa em três edições permite observar a recorrência de alguns temas entre os participantes. Em 2024, 2025 e 2026, mais de 70% dos entrevistados declararam receber ofertas de produtos ou serviços por redes sociais e/ou telefone e, entre aqueles que normalmente compram ou contratam a partir dessas ofertas, mais de 60% relataram já ter enfrentado algum problema.

Também se mantém elevada, nas três edições, a proporção de entrevistados que declara tomar alguma atitude diante de problemas de consumo, passando de 82,24% em 2024 para 89,21% em 2025 e 89,41% em 2026.

No campo digital, o acesso à internet e a aplicativos foi elevado nos três levantamentos — 91,28% em 2024, 92,25% em 2025 e 96,31% em 2026. Ao mesmo tempo, aproximadamente metade dos entrevistados, em cada edição, afirmou já ter deixado de conseguir contatar uma empresa, comprar um produto ou contratar um serviço porque o acesso era disponibilizado somente por aplicativo: 51,15% em 2024, 50,62% em 2025 e 53,94% em 2026.

A recorrência desses resultados nas três edições reforça a relevância de temas relacionados às ofertas realizadas por canais remotos, à ocorrência de problemas de consumo e ao acesso a produtos, serviços e atendimento por meios digitais entre as pessoas idosas participantes da pesquisa.

Os relatórios completos das edições de 2024 e 2025 encontram-se disponíveis para consulta no site da Fundação Procon-SP, permitindo o acesso aos resultados, análises e demais informações de cada levantamento.



Além das recorrências identificadas nas três edições, a comparação entre 2025 e 2026 permite examinar um conjunto mais amplo de indicadores comuns aos dois levantamentos, conforme apresentado no quadro a seguir.

Comparativo com a pesquisa anterior

	2025	2026
É aposentado ou pensionista	81,33%	79,19%
Desconto não autorizado no benefício do INSS referente à entidade associativa	27,04%	24,73%
Ocorreu débito no benefício do INSS de empréstimo consignado não contratado	21,43%	17,57%
Instituições financeiras não deram justificativa para o débito	42,86%	34,51%
Consumidor que recebe ofertas de produtos e/ou serviços em suas redes sociais e/ou por telefone	74,14%	78,20%
Dos que recebem ofertas, normalmente compram	26,87%	29,29%
Dos que compram e já tiveram problema	66,67%	69,35%
Problemas mais apontados: - atraso ou não entrega do produto / serviço; - empresa que veiculava a oferta era “fantasma” - falta de atendimento humanizado (*alternativa somente disponível na pesquisa de 2026)	33,33% 34,38% *	29,46% 24,03% 18,60%
Consumidor toma alguma atitude quando ocorre problema de consumo	89,21%	89,41%
Tem acesso à internet e aplicativos	92,25%	96,31%
Consumidor não conseguiu contatar, comprar algum produto e/ou contratar um serviço, em função da empresa trabalhar só por meio de aplicativo	50,62%	53,94%
% dos que têm dificuldades de manusear aplicativos, dentre os que relataram que já não conseguiram contatar, comprar o produto e/ou contratar o serviço	54,10%	46,80%
Principais motivos da dificuldade de manusear os aplicativos: - são muitos passos para concluir cadastro e não consegue por erro ou problemas durante o processo (*alternativa somente disponível na pesquisa de 2026) - difícil de utilizar, necessita de ajuda de outra pessoa - não tem muito conhecimento de tecnologia	* 45,96% 54,04%	33,17% 29,76% 27,80%
Em ambas pesquisas, os aplicativos que os idosos têm mais dificuldades em manusear são os dos segmentos de: concessionárias de serviço público; estabelecimentos financeiros e os da área de saúde.		

Perfil dos Entrevistados

	2025	2026
Sexo dos entrevistados: - feminino - masculino	59,34% 40,66%	54,31% 45,69%
Maioria dos entrevistados tem de 60 a 79 anos	91,70%	92,61%
Maior parte dos entrevistados tem curso superior completo	44,54%	42,24%
Maior parcela dos entrevistados ganha até 4 salários mínimos	74,00%	78,20%



Nos dois levantamentos, concessionárias de serviços públicos, instituições financeiras e serviços relacionados à saúde permaneceram entre os segmentos mais mencionados pelos entrevistados que declararam dificuldades com aplicativos.

A comparação com o ano anterior permite observar a permanência de temas relacionados a benefícios previdenciários, ofertas comerciais, problemas de consumo e utilização de aplicativos, além de diferenças nos resultados obtidos nas duas edições.

Quando comparamos com a pesquisa efetuada em 2025, verificamos que os consumidores idosos identificaram novamente débito em seu benefício do INSS referente à entidade associativa e de empréstimo consignado não autorizados/contratados.

Em conjunto, os resultados ampliam o conhecimento sobre as experiências e dificuldades relatadas pelas pessoas idosas participantes da pesquisa e oferecem elementos para orientar ações de educação e informação para o consumo, atualizar materiais de orientação e identificar temas relevantes para acompanhamento e futuros estudos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa reuniu as experiências de 812 pessoas idosas sobre diferentes aspectos das relações de consumo, com destaque para benefícios previdenciários e crédito consignado, ofertas comerciais por redes sociais e/ou telefone, comportamento diante de problemas de consumo e utilização de aplicativos.

Entre os aposentados e pensionistas entrevistados foram registrados relatos de descontos de entidades associativas não autorizados e de empréstimos consignados declarados como não contratados. A edição de 2026 também aprofundou questões relacionadas à renovação ou ao refinanciamento de empréstimos, identificando relatos de operações realizadas sem autorização ou sem clareza quanto às suas condições, além de dificuldades para seu cancelamento ou contestação.

As ofertas por redes sociais e/ou telefone estão presentes no cotidiano de parcela expressiva dos entrevistados. Entre aqueles que normalmente compram ou contratam a partir dessas ofertas, a maioria relatou já ter enfrentado algum problema, principalmente atraso ou não entrega, empresas identificadas pelos entrevistados como “fantasma” e falta de atendimento humanizado.

No campo digital, embora 96,31% dos entrevistados tenham celular com acesso à internet e aplicativos, 53,94% afirmaram já ter deixado de conseguir contatar uma empresa, comprar um produto ou contratar um serviço porque o acesso era disponibilizado somente por aplicativo. Entre esses entrevistados, mais da metade (53,20%) declarou não ter dificuldade para manusear aplicativos. Os resultados mostram que possuir acesso à tecnologia e saber utilizar aplicativos não garante, por si só, o acesso efetivo aos produtos, serviços e canais de atendimento disponibilizados por meio digital.



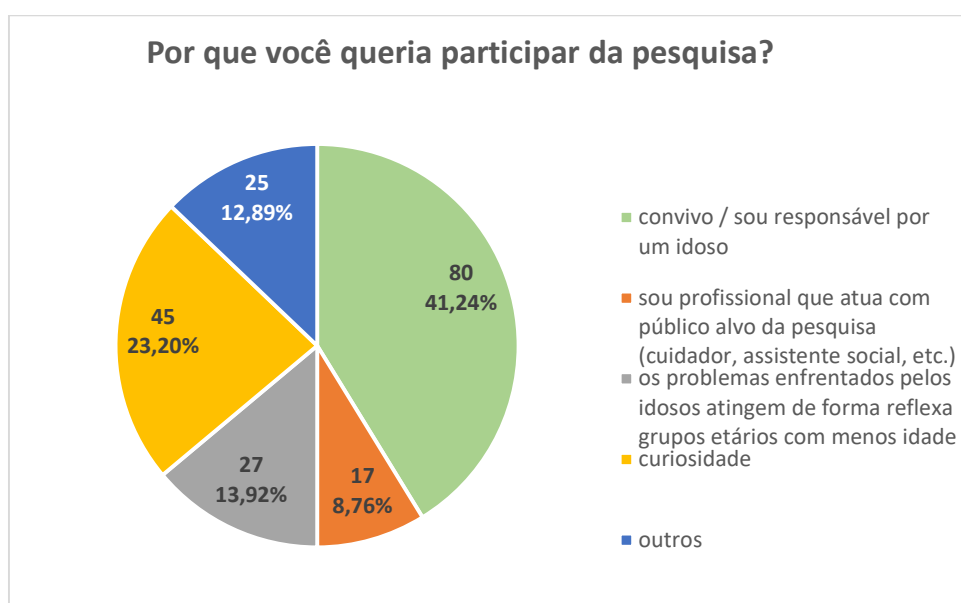
A realização da pesquisa pelo terceiro ano consecutivo permite observar a recorrência de questões presentes desde 2024, especialmente aquelas relacionadas às ofertas por redes sociais e/ou telefone, aos problemas enfrentados nas compras e contratações realizadas a partir dessas ofertas, à atitude diante de problemas de consumo e às dificuldades de acesso quando produtos, serviços ou canais de atendimento são disponibilizados exclusivamente por aplicativos.



ANEXO

Aos 194 consumidores que não eram público alvo do levantamento questionamos por qual motivo o consumidor gostaria de participar da pesquisa. Os três mais apontados foram: 41,24% (80) declararam por conviver ou ser responsável por um idoso; 23,20% (45) por curiosidade; 13,92% (27) afirmaram que os problemas apontados pelos idosos atingem de forma reflexa grupos etários com menos idade.

Veja abaixo todas as justificativas apontadas pelos consumidores.



Base: 194 consumidores

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Núcleo de Pesquisas - DEP - FUNDAÇÃO PROCON-SP - 31/08/26