

35 anos do Código de Defesa do Consumidor

Pesquisa

PROTESTE | EUROCONSUMERS BRASIL

Setembro 2025

proteste 

 **euroconsumers**
BRASIL

Sumário

<u>Introdução</u>	03
<u>Plano Amostral</u>	05
<u>Conhecimento & Utilização do Código de Defesa do Consumidor</u>	09
<u>Os direitos mais importantes e utilizados do código de defesa do consumidor</u>	28
<u>O Cumprimento dos Direitos do Consumidor pelas Empresas</u>	35
<u>A Desistência em fazer valer os Direitos</u>	43
<u>Os Órgãos & Canais de Defesa do Consumidor</u>	46
<u>Conclusão</u>	51

Introdução

A **PROTESTE | Euroconsumers-Brasil** é a maior associação de consumidores da América Latina e integra o grupo internacional Euroconsumers, presente em diversos países. Há mais de duas décadas no Brasil, atua na defesa do consumidor, realizando estudos, análises comparativas e pesquisas de opinião que ajudam a compreender o comportamento do mercado e a propor melhorias em políticas públicas e práticas empresariais.

Em comemoração aos **35 anos do Código de Defesa do Consumidor (CDC)**, a **PROTESTE | Euroconsumers-Brasil** desenvolveu esta pesquisa especial para avaliar o quanto os consumidores conhecem seus direitos, de que forma utilizam o **CDC** em situações cotidianas e como percebem o cumprimento da legislação pelas empresas. O levantamento também buscou identificar os principais órgãos e canais de defesa mais acionados pela população.

A pesquisa foi realizada com 1.200 entrevistas entre os dias 16 e 24 de agosto de 2025, em 11 capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Goiânia, Brasília, Recife, Salvador, Belém e Manaus. Foram entrevistados consumidores de 18 a 65 anos, com renda familiar mensal acima de um salário mínimo (R\$ 1.518), garantindo representatividade estatística para o universo estudado.

Com este trabalho, a **PROTESTE | Euroconsumers-Brasil** reafirma seu compromisso de fortalecer a voz do consumidor, ampliando o debate sobre a efetividade do **CDC** e sua atualização diante dos novos desafios da economia digital.

Plano Amostral

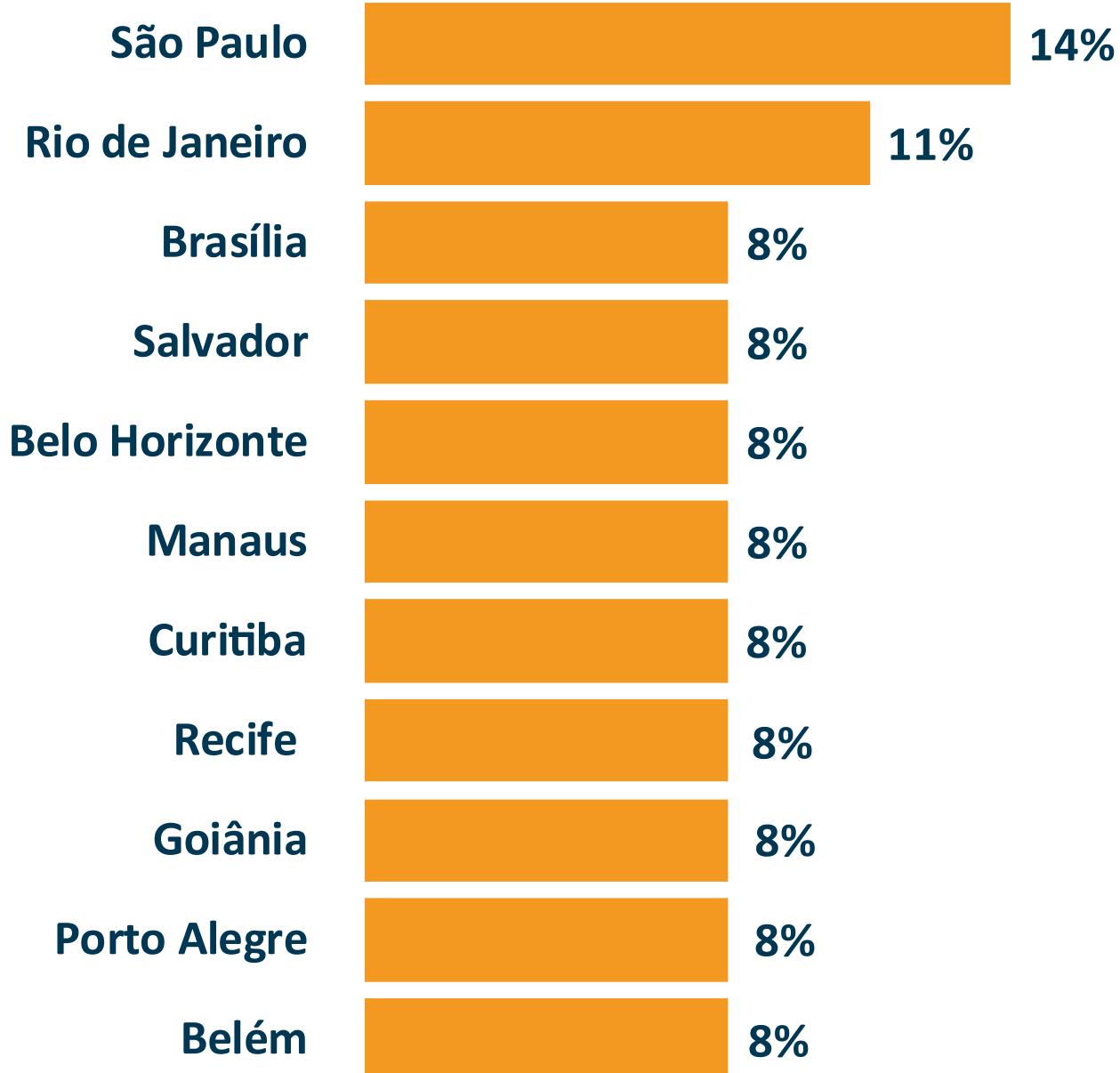


Plano Amostral

Cidades

Dados Não Ponderados

Por total

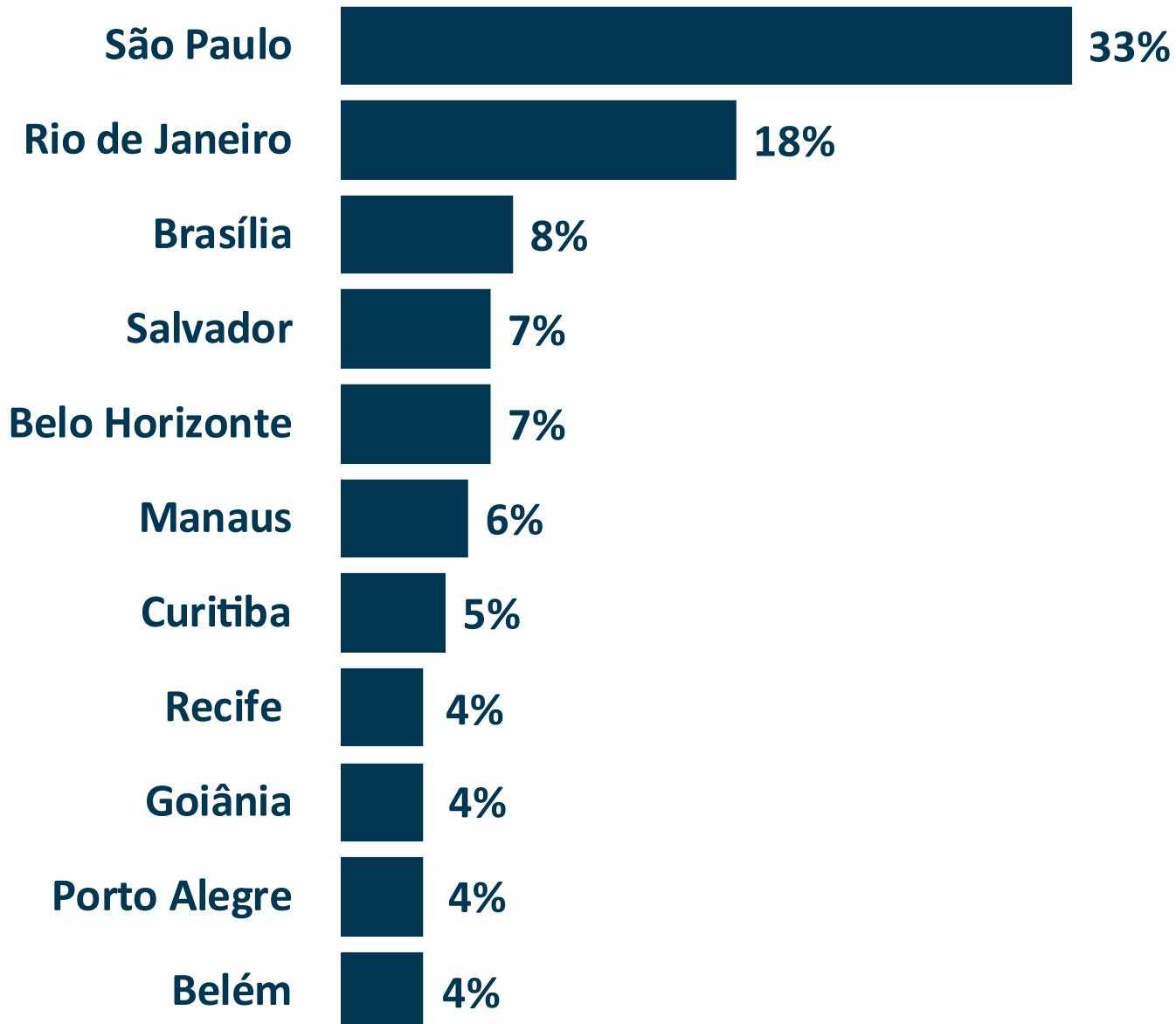


Plano Amostral

Cidades

Dados Ponderados

Por total



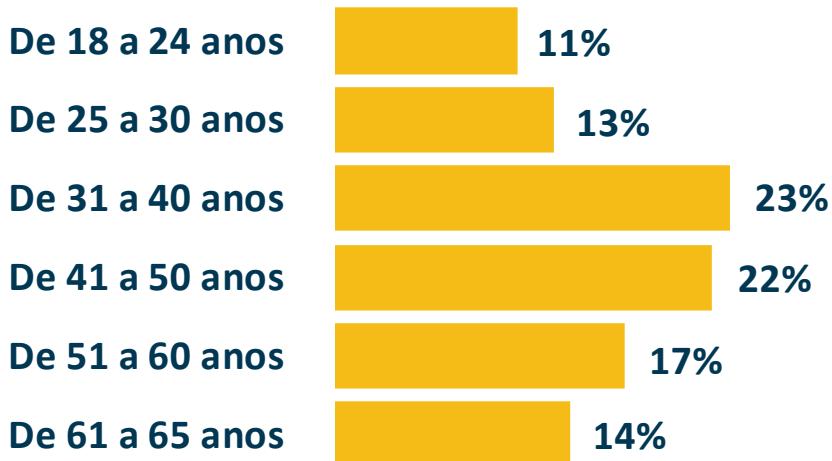
Plano Amostral

Sexo



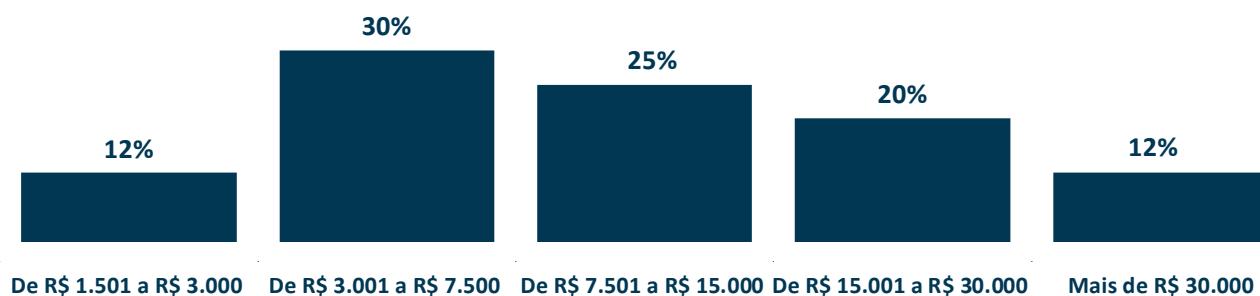
Faixa etária

Média: 42 anos



Renda familiar mensal

*Renda Média:
R\$ 10.630*



Base: total da amostra (500 entrevistas)

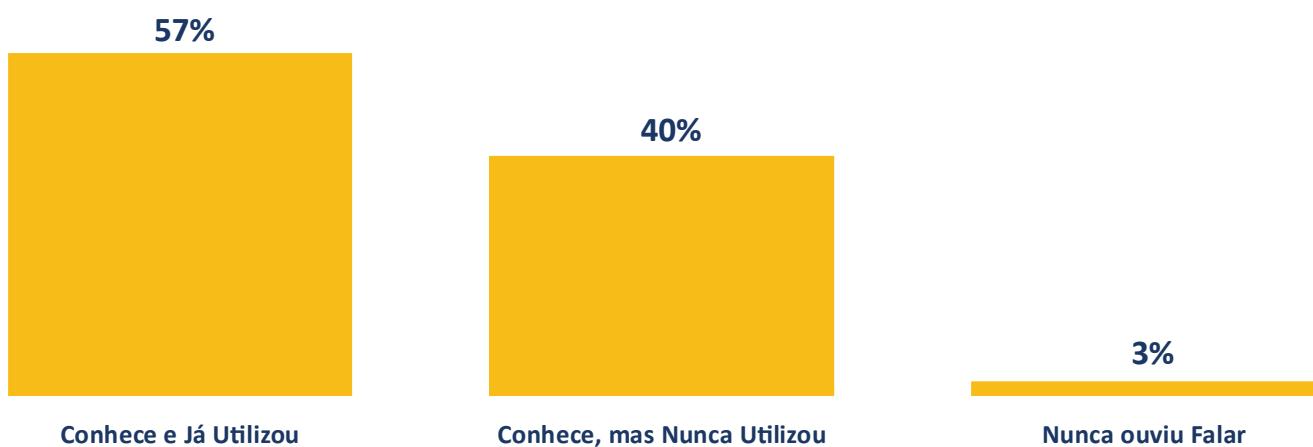
Conhecimento & Utilização do Código de Defesa do Consumidor



Conhecimento & Utilização do Código de Defesa do Consumidor

A análise revela que a maioria dos entrevistados demonstra familiaridade com o Código de Defesa do Consumidor (CDC). 57% afirmaram conhecer e já ter utilizado o CDC, enquanto 40% declararam conhecer, mas nunca ter feito uso. Apenas 3% dos participantes informaram nunca ter ouvido falar do CDC, indicando baixo desconhecimento entre a população pesquisada.

Por Total e Região Geográfica



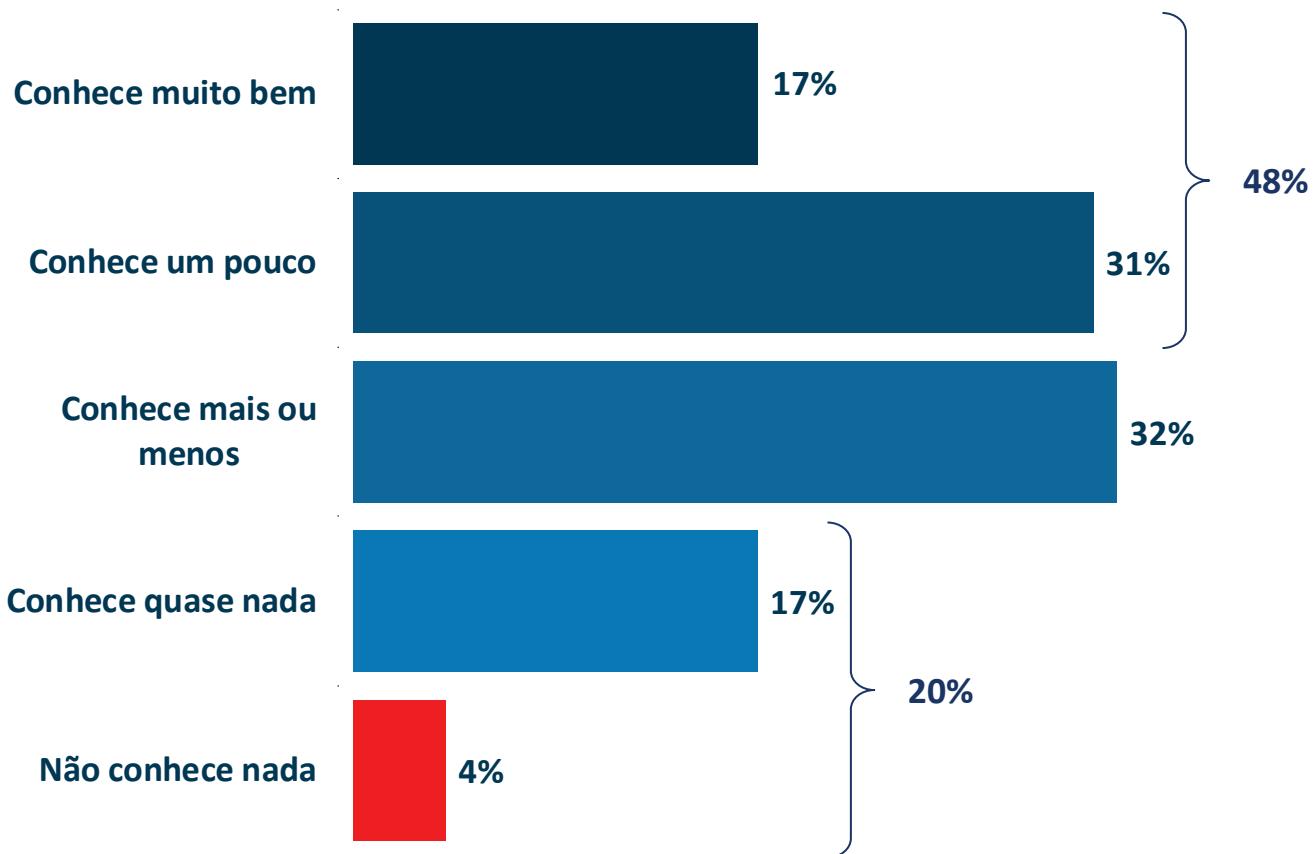
	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Conhece e já utilizou	57%	56%	34%	42%	83%	70%
Conhece, mas nunca utilizou	40%	42%	62%	51%	17%	27%
Nunca ouviu falar	3%	2%	4%	7%	-	3%

Base: Total da amostra (1.200 entrevistas)

Nível de Conhecimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

48% dos consumidores entrevistados afirmaram conhecer o Código de Defesa do Consumidor (CDC), sendo 17% que dizem conhecer muito bem e 31% que conhecem um pouco. Além disso, 32% declararam ter um conhecimento mediano sobre a legislação.

Por Total e Região Geográfica



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Nível de Conhecimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

A distribuição regional do conhecimento sobre o Código de Defesa do Consumidor (CDC) revela diferenças significativas entre as regiões do país. No Norte, 26% dos entrevistados afirmaram conhecer muito bem o CDC, enquanto na região Centro-Oeste esse índice foi de apenas 5%.

Por Total e Região Geográfica

	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Conhece muito bem	17%	18%	14%	5%	19%	26%
Conhece um pouco	31%	26%	50%	24%	41%	36%
Conhece mais ou menos	32%	33%	19%	43%	30%	31%
Conhece quase nada	17%	20%	9%	24%	10%	7%
Não conhece nada	4%	4%	8%	4%	1%	-

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Finalidade da Utilização do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Entre os entrevistados que já precisaram recorrer ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), 46% utilizaram a legislação para reclamar sobre produtos com defeito, seguidos por 29% que acionaram o CDC em casos de cobrança indevida, 22% em situações de produtos não entregues ou problemas em compras online, e 17% diante de propaganda enganosa.

Por Total



Base Filtro: Já utilizou o Código de Defesa do Consumidor (670 entrevistas)

Finalidade da Utilização do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Entre os entrevistados que já precisaram recorrer ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), a região Sudeste se destacou pelo uso do CDC em casos de produtos com defeito, com 54% das menções. No Nordeste, observou-se maior utilização do CDC para problemas em compras online (36%) e produtos entregues com atraso significativo (19%), evidenciando particularidades regionais na aplicação da legislação.

Por Total e Região Geográfica

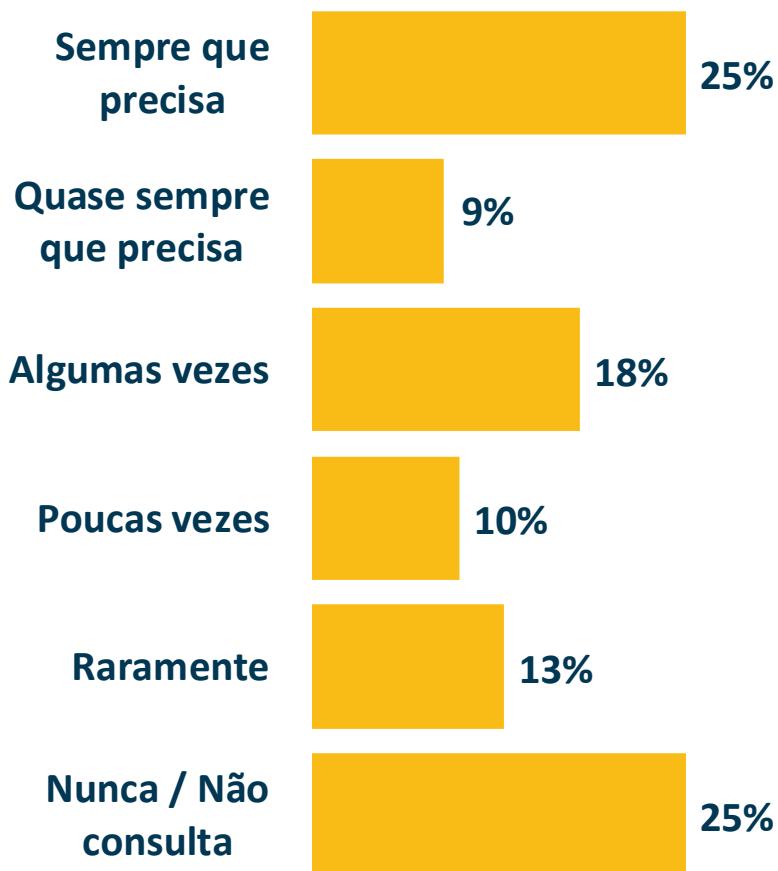
	Total (670)	Região Geográfica				
		Sudeste (219)	Sul (64)	Centro Oeste (78)	Nordeste (165)	Norte (144)
Produto com defeito	46%	54%	32%	22%	48%	33%
Cobrança indevida	29%	29%	43%	34%	29%	19%
Produto não entregue	22%	25%	24%	5%	23%	21%
Problema com compra online	22%	22%	2%	17%	36%	14%
Propaganda enganosa	17%	16%	26%	15%	18%	20%
Produto entregue com muito atraso	11%	10%	8%	3%	19%	14%
Plano de Saúde / Seguro Saúde não autorizou algum procedimento	11%	12%	2%	30%	9%	1%
Serviço mal prestado/mal feito/Feito errado	11%	10%	8%	12%	13%	12%
Cancelamento de compra	11%	9%	18%	10%	14%	12%
Troca de Produto não realizada	11%	12%	5%	6%	12%	8%
Produto e/ou Serviço ainda na garantia que não foi consertado / reparado	9%	11%	1%	13%	11%	4%
Serviço feito com muito atraso	7%	7%	2%	9%	10%	6%
Serviço não realizado / não concluído	7%	7%	8%	10%	6%	5%
Troca de Produto realizada com muito atraso	4%	5%	-	1%	4%	3%

Base Filtro: Já utilizou o Código de Defesa do Consumidor (670 entrevistas)

Frequência com que costuma consultar os Direitos ou buscar por Informações no Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Quanto à frequência de utilização do Código de Defesa do Consumidor (CDC), 25% dos entrevistados afirmaram recorrer ao CDC sempre que necessário, 9% quase sempre e 18% apenas algumas vezes.

Por Total e Região Geográfica



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Frequência com que costuma consultar os Direitos ou buscar por Informações no Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Em termos regionais, a região Sudeste (30%) e o Nordeste (35%) se destacam pelo maior índice de procura e uso do CDC, indicando maior engajamento dos consumidores nessas localidades.

Por Total e Região Geográfica

	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Sempre que precisa	25%	30%	25%	5%	35%	13%
Quase sempre que precisa	9%	8%	14%	9%	13%	8%
Algumas vezes	18%	15%	17%	19%	12%	41%
Poucas vezes	10%	6%	13%	16%	10%	19%
Raramente	13%	11%	14%	31%	8%	9%
Nunca / Não consulta	25%	30%	17%	20%	22%	11%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Conhecimento de que o Código de Defesa do Consumidor está completando 35 anos

A pesquisa revelou que 89% dos entrevistados desconheciam que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) está completando 35 anos de existência, indicando baixo conhecimento sobre a história e a longevidade da legislação entre a população pesquisada.

Por Total e Região Geográfica



	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Sim, sabia	11%	5%	23%	19%	11%	26%
Não sabia	89%	95%	77%	81%	89%	74%

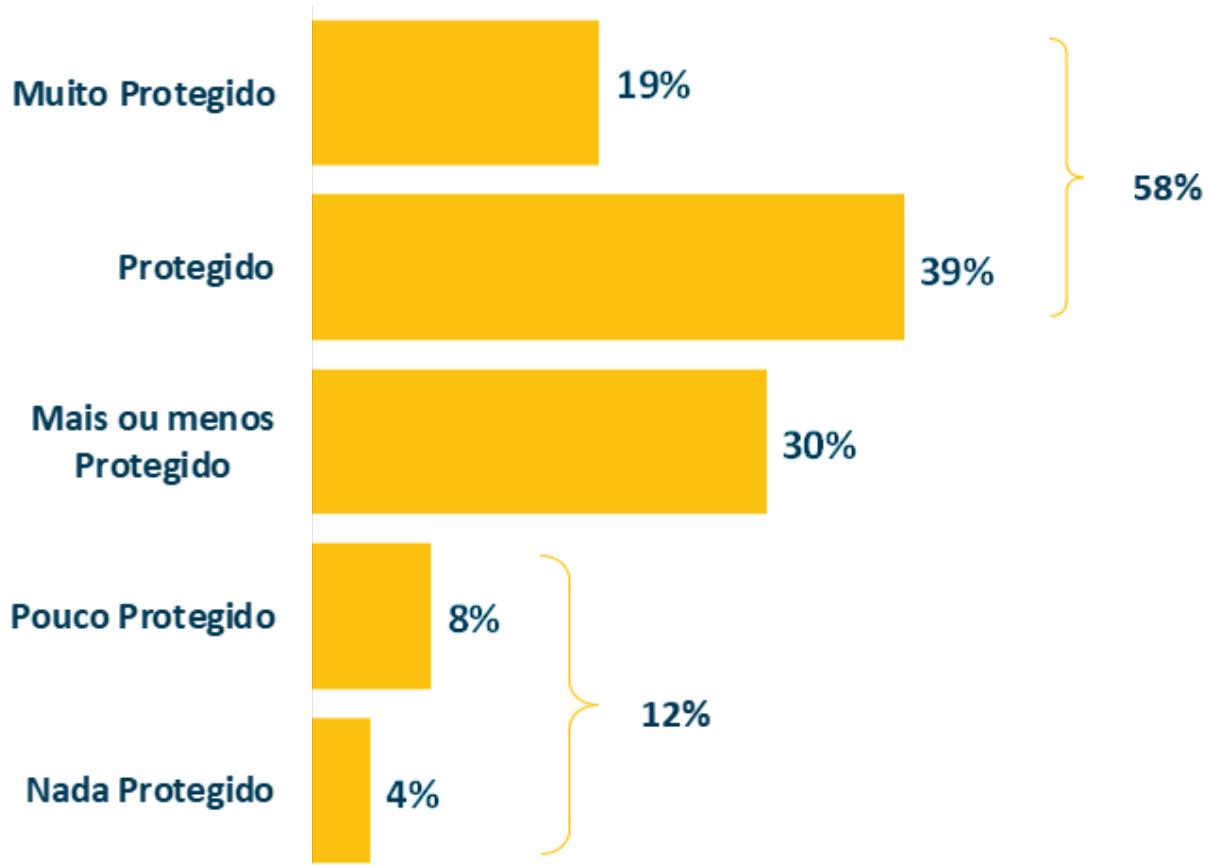
Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

O quanto se sente protegido pelo Código de Defesa do Consumidor

A percepção de proteção proporcionada pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) mostrou que 58% dos entrevistados se sentem protegidos pela legislação.

Por Total e Região Geográfica

Média na escala de 1 (Nada Protegido) a 5 (Muito Protegido)



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

O quanto se sente protegido pelo Código de Defesa do Consumidor

Entre as regiões, o Sudeste registrou 24%, enquanto Nordeste e Sul se destacaram com 51% e 54%, respectivamente, evidenciando diferenças regionais na sensação de segurança do consumidor.

Por Total e Região Geográfica

Média na escala de 1 (Nada Protegido) a 5 (Muito Protegido)

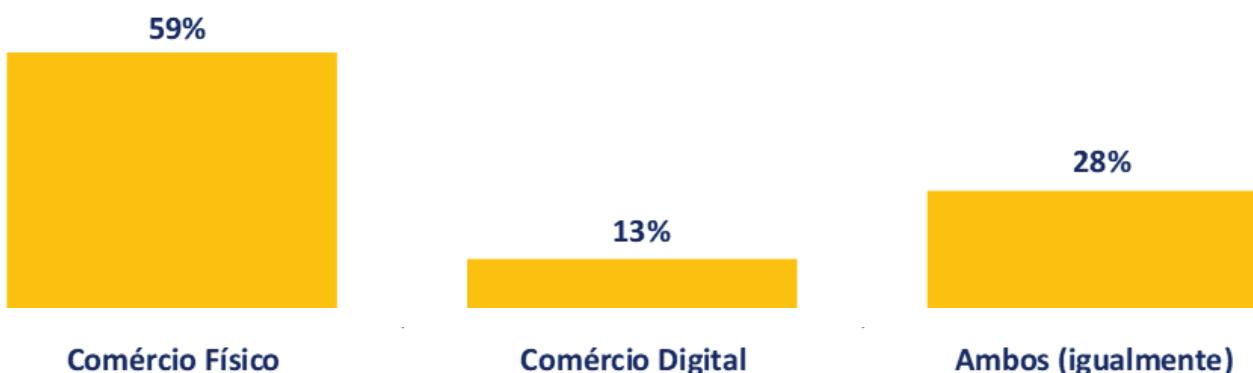
	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Muito Protegido	19%	24%	11%	7%	22%	6%
Protegido	39%	39%	54%	24%	51%	32%
Mais ou menos Protegido	30%	31%	24%	38%	19%	31%
Pouco Protegido	8%	3%	8%	23%	8%	21%
Nada Protegido	4%	3%	2%	8%	1%	10%
Média	3,61	3,78	3,65	2,99	3,85	3,03

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

O Código de Defesa do Consumidor é mais respeitado pelo “Comércio Físico” ou “Comércio Digital”

Em relação ao cumprimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), 59% dos entrevistados acreditam que a legislação é mais respeitada pelo comércio físico, enquanto apenas 13% consideram que o respeito ocorre no comércio digital. Destaca-se a região Norte, onde 87% dos participantes opinam que o CDC é mais respeitado no comércio físico.

Por Total e Região Geográfica



	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Comércio Físico	59%	54%	60%	63%	44%	87%
Comércio digital	13%	10%	25%	22%	23%	4%
Ambos (igualmente)	28%	36%	15%	15%	33%	9%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Percepção de que O Código de Defesa do Consumidor precisa de alguma atualização

A pesquisa aponta que 89% dos consumidores acreditam que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) necessita de atualização. Entre as regiões, Sudeste e Norte registraram os percentuais mais altos, ambos com 94%, seguidos pelo Nordeste, com 91%, evidenciando consenso generalizado sobre a necessidade de modernização da legislação.

Por Total e Região Geográfica



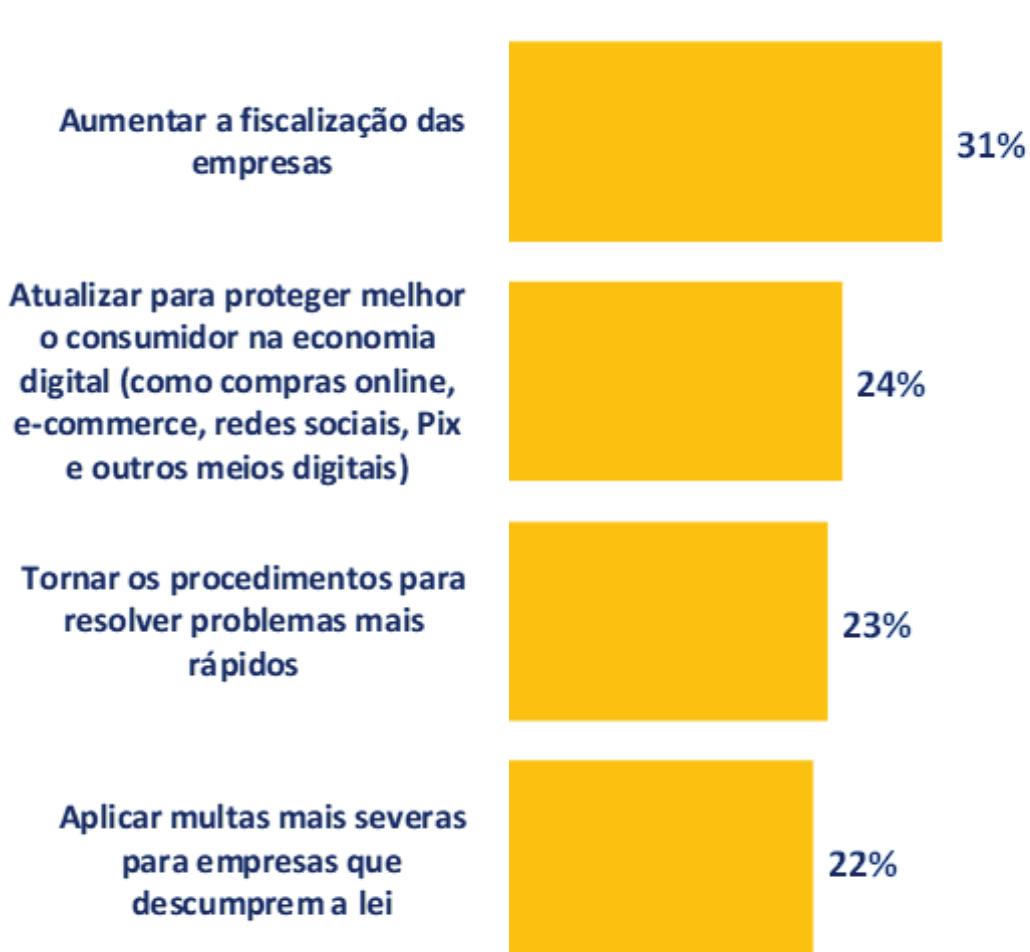
	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Sim	89%	94%	79%	71%	91%	94%
Não	11%	6%	21%	29%	9%	6%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Mudanças que implementaria no Código de Defesa do Consumidor

Quando questionados sobre possíveis melhorias no Código de Defesa do Consumidor (CDC), 31% dos entrevistados apontaram a necessidade de aumentar a fiscalização sobre as empresas, enquanto 24% indicaram a atualização do CDC para proteger melhor o consumidor na economia digital.

Por Total e Região Geográfica



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Mudanças que implementaria no Código de Defesa do Consumidor

Entre as regiões, 47% dos participantes do Norte destacaram a fiscalização como prioridade, enquanto no Sul (38%) e Centro-Oeste (39%) a prioridade recaiu sobre a atualização da legislação para a economia digital.

Por Total e Região Geográfica

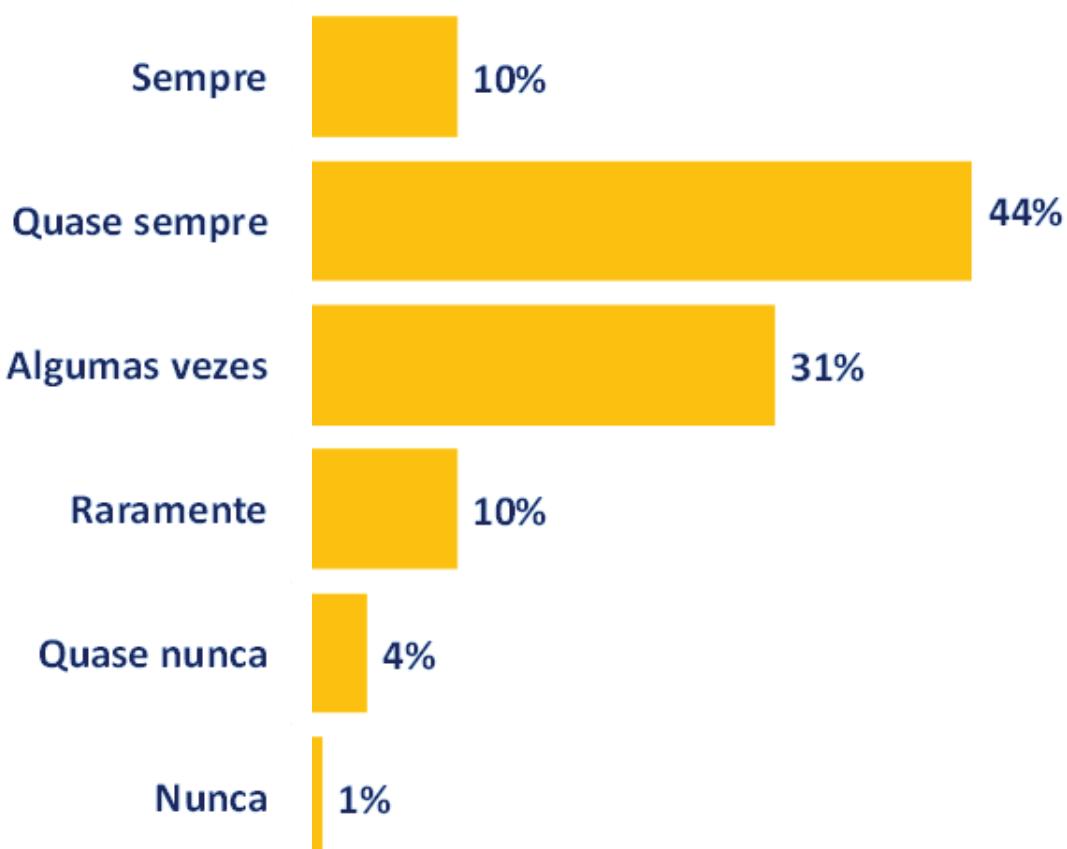
	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Aumentar a fiscalização das empresas	31%	33%	29%	16%	26%	47%
Atualizar para proteger melhor o consumidor na economia digital (como compras online, e-commerce, redes sociais, Pix e outros meios digitais)	24%	24%	38%	39%	18%	3%
Tornar os procedimentos para resolver problemas mais rápidos	23%	21%	18%	32%	26%	30%
Aplicar multas mais severas para empresas que descumprem a lei	22%	23%	15%	13%	30%	20%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Frequência com que as Empresas cumprem o Código de Defesa do Consumidor

Em relação ao cumprimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC) pelas empresas, 44% dos entrevistados acreditam que as empresas quase sempre cumprem a legislação, enquanto 31% afirmam que isso ocorre apenas algumas vezes.

Por Total e Região Geográfica



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Frequência com que as Empresas cumprem o Código de Defesa do Consumidor

Na região Norte, 23% dos consumidores acreditam que as empresas sempre cumprem o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Esse dado mostra que, embora exista uma parcela relevante de consumidores com percepção positiva sobre o comportamento das empresas em relação às normas de proteção ao consumidor, a confiança plena ainda é restrita, indicando espaço para fortalecer a aplicação e o reconhecimento do CDC na região.

Por Total e Região Geográfica

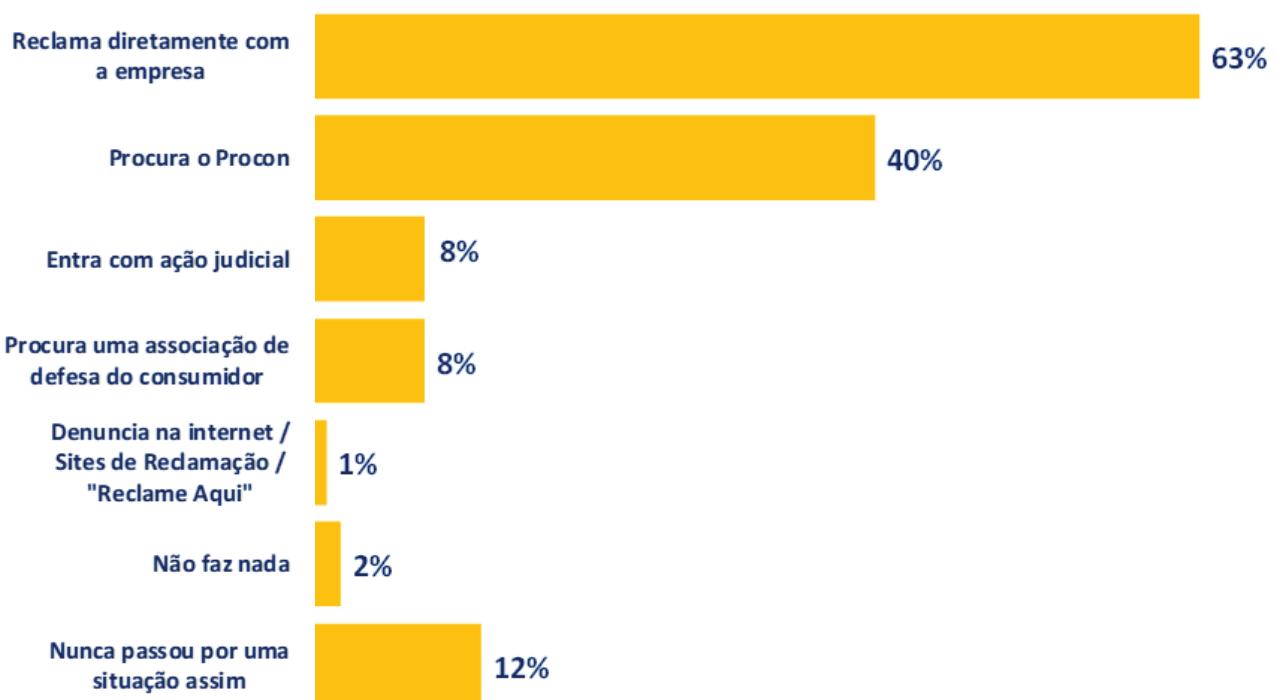
	<i>Total (1.155)</i>	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Sempre	10%	9%	8%	4%	11%	23%
Quase sempre	44%	54%	29%	26%	42%	27%
Algumas	31%	27%	39%	41%	34%	35%
Raramente	10%	7%	16%	20%	6%	13%
Quase nunca	4%	3%	5%	8%	5%	1%
Nunca	1%	0%	3%	1%	2%	1%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Reação do Consumidor frente a um descumprimento do Código de Defesa do Consumidor

Diante do descumprimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), 63% dos entrevistados afirmaram que reclamam diretamente com a empresa, enquanto 40% recorrem ao Procon.

Por total



Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

Reação do Consumidor frente a um descumprimento do Código de Defesa do Consumidor

Observa-se variação regional: no Sudeste, 72% reclamam diretamente com a empresa, já no Norte, 85% dos consumidores costumam procurar o Procon, indicando diferenças na forma de buscar solução entre as regiões.

Por total

	Total (1.155)	Região Geográfica				
		Sudeste (384)	Sul (192)	Centro Oeste (184)	Nordeste (200)	Norte (195)
Reclama diretamente com a empresa	63%	72%	47%	67%	65%	20%
Procura o Procon	40%	32%	45%	31%	46%	85%
Entra com ação judicial	8%	7%	4%	11%	17%	2%
Procura uma associação de defesa do consumidor	8%	10%	7%	6%	4%	4%
Denuncia na internet / Site de reclamação / "Reclame Aqui"	1%	1%	-	3%	1%	-
Não faz nada	2%	1%	1%	4%	1%	1%
Nunca passou por uma situação assim	12%	16%	8%	11%	3%	7%

Base Filtro: Conhece o CDC, mesmo que apenas de ouvir falar (1.155 entrevistas)

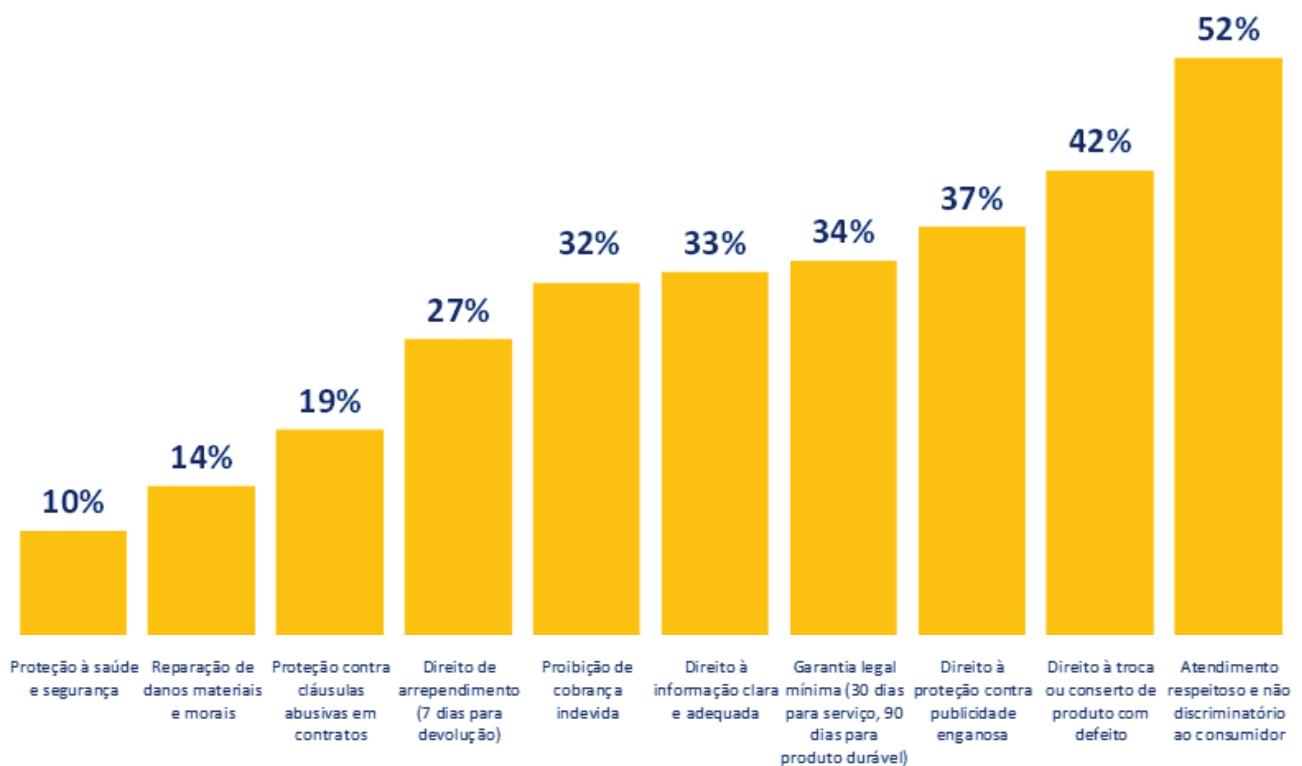


Os direitos mais importantes e utilizados do código de defesa do consumidor

Os 3 Direitos mais Importantes do Código de Defesa do Consumidor

Quando questionados sobre os 3 direitos mais importantes do Código de Defesa do Consumidor (CDC), 52% dos entrevistados destacaram o atendimento respeitoso e não discriminatório ao consumidor, seguido pelo direito à troca ou conserto de produtos com defeito (42%) e direito à proteção contra propaganda enganosa (37%).

Por Total



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

Os 3 Direitos mais Importantes do Código de Defesa do Consumidor

No Sudeste, 61% dos entrevistados destacaram o atendimento respeitoso como prioridade, enquanto no Nordeste, 61% apontaram o direito à troca de produtos como mais relevante. No Centro-Oeste, 45% elegeram a proteção contra cobrança indevida, no Norte, 43% destacaram o direito de arrependimento, e no Sul, 45% também priorizaram o direito de arrependimento.

Por Total e Região

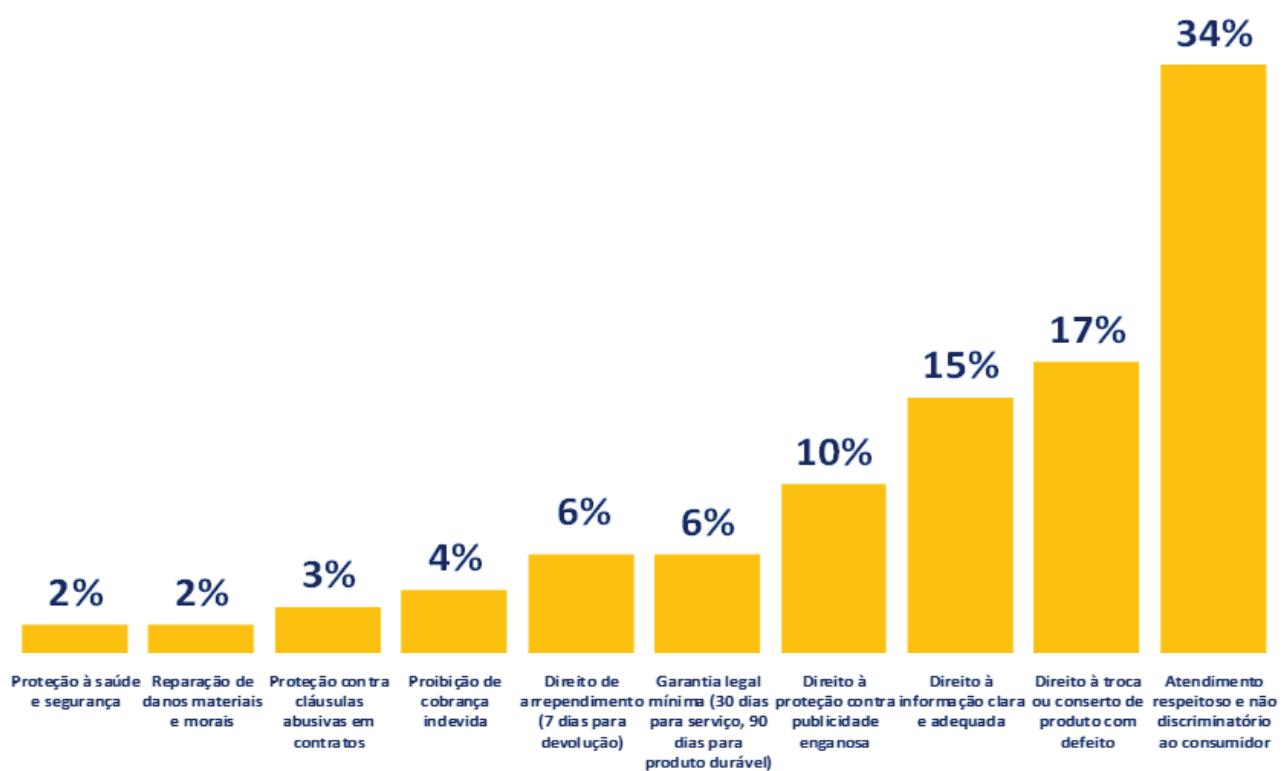
	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Atendimento respeitoso e não discriminatório ao consumidor	52%	61%	47%	28%	45%	40%
Direito à troca ou conserto de produto com defeito	42%	39%	48%	31%	61%	44%
Direito à proteção contra publicidade enganosa	37%	39%	45%	30%	22%	43%
Garantia legal mínima (30 dias para serviço, 90 dias para produto durável)	34%	35%	32%	25%	32%	40%
Direito à informação clara e adequada	33%	32%	35%	35%	32%	34%
Proibição de cobrança indevida	32%	31%	19%	45%	39%	26%
Direito de arrependimento (7 dias para devolução)	27%	24%	43%	26%	16%	46%
Proteção contra cláusulas abusivas em contratos	19%	18%	11%	39%	16%	16%
Reparação de danos materiais e morais	14%	12%	7%	26%	27%	5%
Proteção à saúde e segurança	10%	9%	13%	16%	9%	6%

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

O 1º Direito mais Importante do Código de Defesa do Consumidor

Quando questionados sobre qual consideram o principal direito previsto no Código de Defesa do Consumidor (CDC), 34% dos entrevistados destacaram o atendimento respeitoso e não discriminatório ao consumidor, seguido pelo direito à troca ou conserto de produtos com defeito (17%) e pelo direito à informação adequada (15%).

Por Total



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

O 1º Direito mais Importante do Código de Defesa do Consumidor

Na análise regional, 44% dos consumidores do Sudeste apontaram o atendimento respeitoso e não discriminatório como o principal direito do CDC. Já no Nordeste, 31% dos entrevistados consideraram o direito à troca de produtos como a prioridade mais relevante.

Por Total e Região

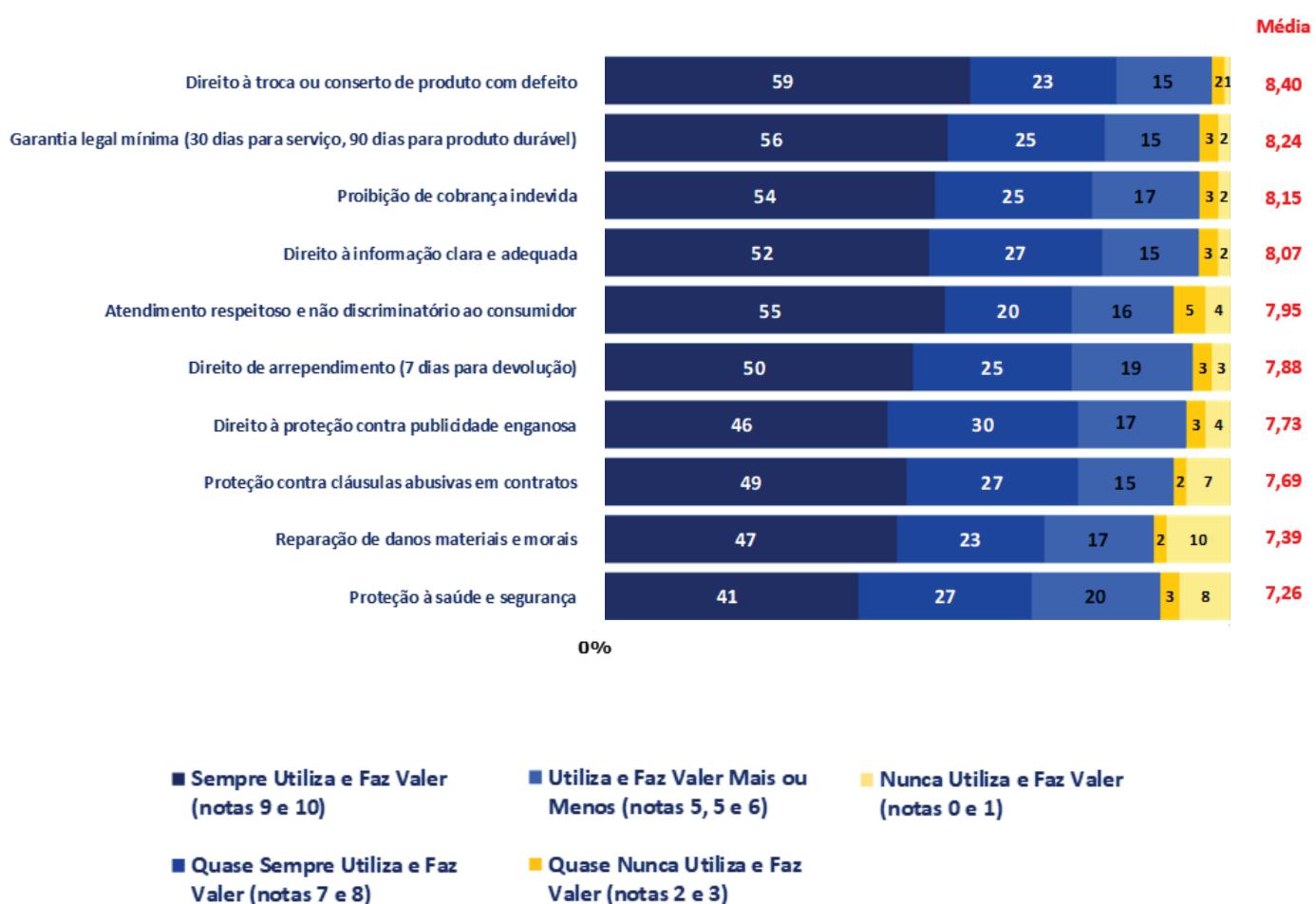
	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Atendimento respeitoso e não discriminatório ao consumidor	34%	44%	31%	16%	17%	29%
Direito à troca ou conserto de produto com defeito	17%	16%	11%	15%	31%	14%
Direito à informação clara e adequada	15%	13%	15%	20%	18%	15%
Direito à proteção contra publicidade enganosa	10%	9%	15%	9%	10%	15%
Garantia legal mínima (30 dias para serviço, 90 dias para produto durável)	6%	6%	5%	5%	4%	12%
Direito de arrependimento (7 dias para devolução)	6%	5%	6%	9%	3%	9%
Proibição de cobrança indevida	4%	3%	3%	12%	7%	1%
Proteção contra cláusulas abusivas em contratos	3%	2%	7%	8%	2%	4%
Reparação de danos materiais e morais	2%	2%	2%	3%	7%	1%
Proteção à saúde e segurança	2%	1%	4%	3%	2%	1%

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

Nível de Utilização e de “Fazer Valer” os Direitos do Código de Defesa do Consumidor

Quando avaliados sobre o quanto utilizam de fato alguns direitos previstos no CDC, 59% dos consumidores afirmaram sempre fazer valer o direito de conserto ou troca de produto, 56% a garantia legal mínima de 30 dias e 54% em casos de cobrança indevida.

Por total



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

Nível de Utilização e de “Fazer Valer” os Direitos do Código de Defesa do Consumidor

No Nordeste, os consumidores apresentaram as maiores médias de utilização dos direitos previstos no CDC, em uma escala de 0 a 10 — em que 0 significa que nunca utilizam o direito e 10 que sempre utilizam. Nessa avaliação, o direito à troca de produtos obteve média de 9,17, considerado de alta utilização (notas a partir de 8), seguido pelo direito relacionado à cobrança indevida (8,84) e pelo direito à informação adequada (8,50).

Média na escala de 1 (Nada Protegido) a 5 (Muito Protegido)

Por total e Região

	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Direito à troca ou conserto de produto com defeito	8,40	8,68	8,51	7,34	9,17	7,15
Garantia legal mínima (30 dias para serviço, 90 dias para produto durável)	8,24	8,53	8,60	7,11	8,49	7,39
Proibição de cobrança indevida	8,15	8,26	8,56	7,73	8,84	6,95
Direito à informação clara e adequada	8,07	8,46	8,22	7,01	8,50	6,53
Atendimento respeitoso e não discriminatório ao consumidor	7,95	8,52	8,10	6,04	8,22	6,60
Direito de arrependimento (7 dias para devolução)	7,88	8,17	8,53	6,74	7,85	7,04
Direito à proteção contra publicidade enganosa	7,73	7,99	8,37	6,28	8,18	7,00
Proteção contra cláusulas abusivas em contratos	7,69	7,61	8,67	7,15	8,42	7,10
Reparação de danos materiais e morais	7,39	7,29	8,67	6,16	8,38	7,21
Proteção à saúde e segurança	7,26	7,43	8,56	5,77	7,50	6,72
MÉDIA DAS MÉDIAS	7,88	8,09	8,48	6,73	8,36	6,97

■ Média mais alta

■ Média mais baixa

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

O Cumprimento dos Direitos do Consumidor pelas Empresas



O Respeito das Empresas pelos Consumidores em comparação com 5 anos atrás

De maneira geral, 66% dos entrevistados acreditam que o respeito das empresas pelos consumidores aumentou nos últimos cinco anos. Entre as regiões, 71% dos participantes do Sudeste percebem crescimento no respeito, enquanto 25% dos entrevistados do Centro-Oeste acreditam que as empresas respeitam menos os consumidores atualmente.

Média na escala de 1 (Respeitam Menos) a 5 (Respeitam Mais): 3,99

Por Total e Região Geográfica



	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Respeitam mais (5)	66%	71%	70%	56%	69%	38%
Respeitam da mesma forma (3)	18%	21%	13%	19%	15%	4%
Respeitam menos (1)	16%	8%	17%	25%	16%	57%
Média	3,99	4,27	4,06	3,63	4,07	2,63

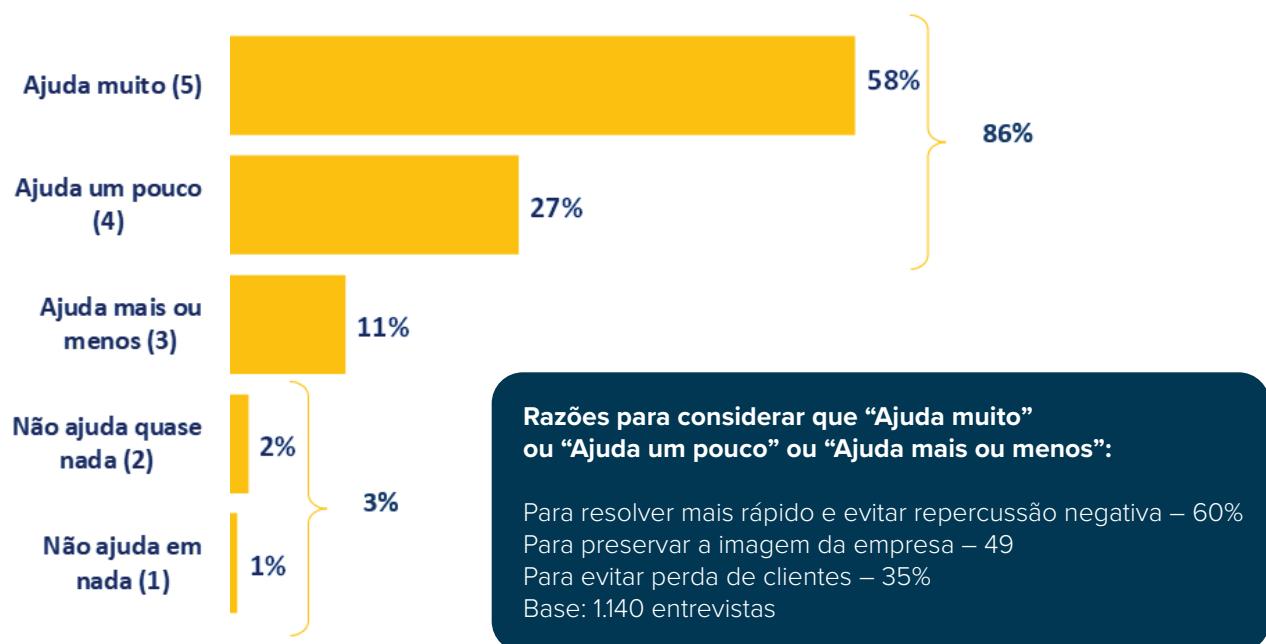
Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Ajuda das Redes Sociais para fazer as Empresas serem mais Transparentes diante dos problemas dos Consumidores

58% dos entrevistados acreditam que elas ajudam as empresas a serem mais transparentes, enquanto 27% consideram que ajudam apenas um pouco. Entre os que percebem esse impacto positivo, 60% apontam que as mídias sociais contribuem para resolver os problemas mais rapidamente, evitando repercussão negativa para a empresa.

Por total

Média na escala de 1 (Não ajuda em nada) a 5 (Ajuda muito): 4,39



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Ajuda das Redes Sociais para fazer as Empresas serem mais Transparentes diante dos problemas dos Consumidores

Por Total e Região Geográfica

Média na escala de 1 (Não ajuda em nada) a 5 (Ajuda muito)

	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Ajuda muito (5)	58%	70%	40%	46%	62%	21%
Ajuda um pouco (4)	27%	24%	41%	21%	26%	39%
Ajuda mais ou menos (3)	11%	4%	15%	24%	10%	35%
Ajuda quase nada (2)	2%	2%	4%	4%	1%	3%
Não ajuda em nada (1)	1%	1%	-	5%	1%	3%
Média	4,39	4,60	4,16	4,00	4,47	3,73

Razões	Total (1.140)	Região Geográfica				
		Sudeste (386)	Sul (191)	Centro Oeste (177)	Nordeste (196)	Norte (190)
Para resolver mais rápido e evitar repercussão negativa	60%	69%	45%	49%	53%	48%
Para preservar a imagem da empresa	49%	50%	65%	45%	31%	53%
Para evitar perda de clientes	35%	40%	26%	35%	28%	23%

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Mudança na Percepção de Imagem de uma Empresa quando ela resolve um eventual problema de forma rápida e eficiente

De modo geral, 49% dos entrevistados acreditam que a imagem de uma empresa melhora significativamente quando ela resolve um problema de forma eficiente. Na região Nordeste, essa percepção é ainda mais forte, alcançando 61% dos participantes.

Por Total e Região Geográfica



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Mudança na Percepção de Imagem de uma Empresa quando ela resolve um eventual problema de forma rápida e eficiente

Na região Nordeste, essa percepção é ainda mais expressiva: 61% dos entrevistados afirmaram que a imagem de uma empresa melhora significativamente quando ela resolve um problema de forma rápida e eficiente.

Por Total e Região Geográfica

	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Melhora muito	49%	52%	45%	44%	61%	28%
Melhora um pouco	34%	29%	43%	39%	27%	59%
Não muda em nada	6%	4%	6%	12%	5%	8%
Continua negativa	2%	1%	1%	4%	6%	2%
Nunca passou por essa situação	9%	14%	4%	1%	1%	2%

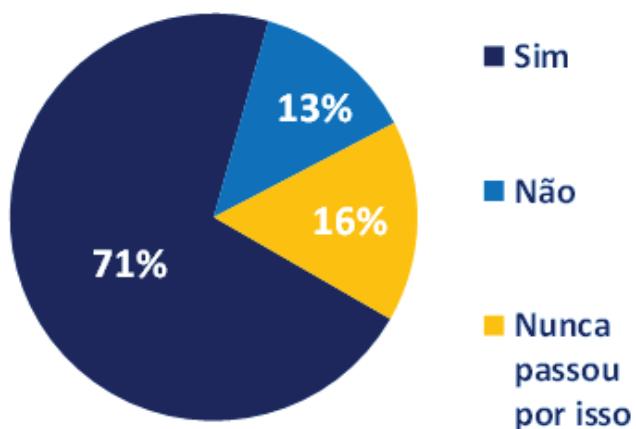
Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Relação do Consumidor com alguma Empresa que tenha dado problema

71% dos consumidores entrevistados já deixaram de comprar novamente em uma empresa devido à demora na resolução de problemas, com destaque para o Norte (75%) e Sudeste (71%), que lideram essa ação.

Por Total e Região Geográfica

Se já deixou de comprar novamente de uma empresa por causa da demora na resolução de problemas ou pela não solução de problemas



	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Sim	71%	71%	57%	62%	88%	75%
Não	13%	8%	34%	21%	6%	17%
Nunca passou por isso	16%	21%	9%	17%	6%	8%

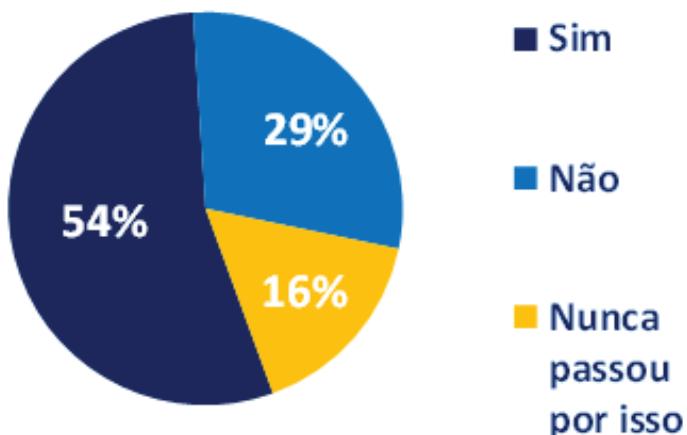
Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Relação do Consumidor com alguma Empresa que tenha dado problema

Por outro lado, 54% dos participantes já recomendaram uma empresa por conta da resolução rápida de um problema, sendo que o Nordeste (74%) e as regiões Centro-Oeste e Sul (61% cada) se destacam nesse comportamento positivo.

Por Total e Região Geográfica

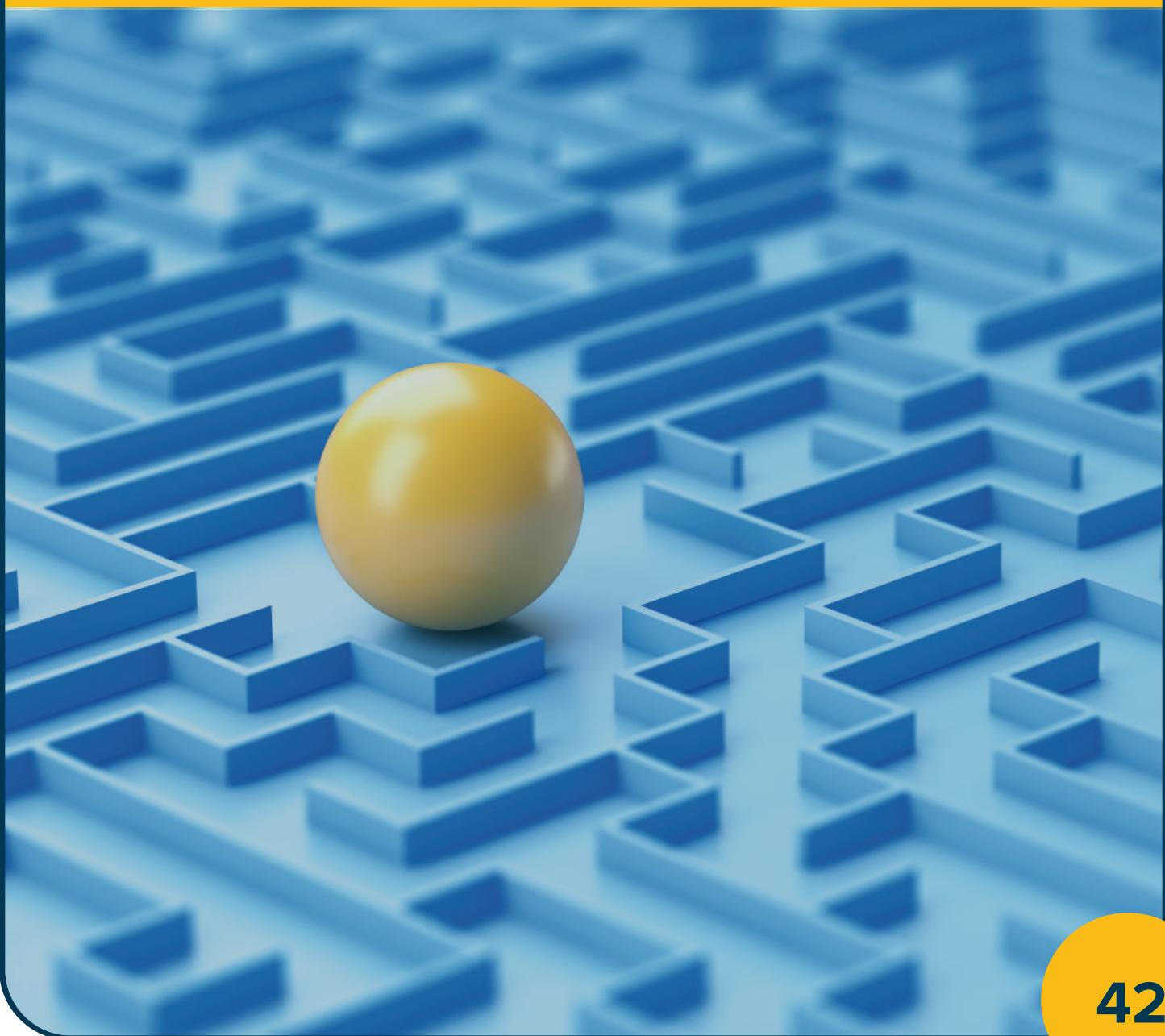
Se já recomendou alguma empresa para outras pessoas somente por causa da solução rápida e eficiente dada ao seu problema



	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Sim	54%	45%	61%	61%	74%	69%
Não	29%	34%	30%	20%	20%	24%
Nunca passou por isso	17%	21%	9%	19%	6%	7%

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Desistência em fazer valer os Direitos

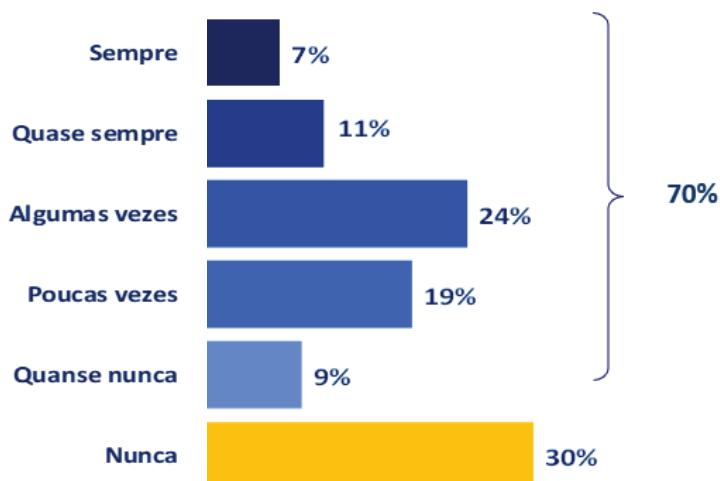


A Desistência em exigir Direitos, mesmo sabendo que tinha razão

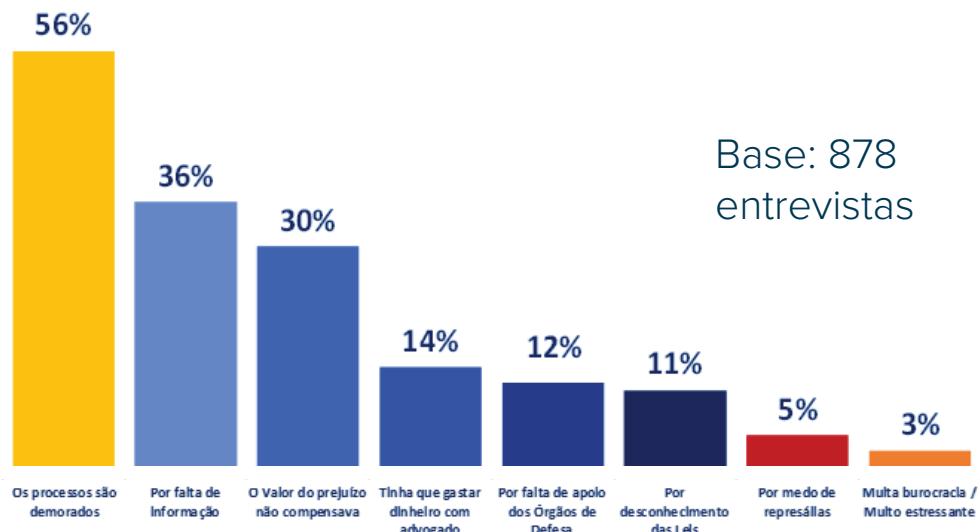
70% dos entrevistados afirmaram já ter deixado, em algum momento, de exigir seus direitos. Entre as principais razões para a desistência, destacam-se processos demorados (56%), falta de informação (36%) e o valor do prejuízo não compensar o esforço (30%).

Por Total e Região Geográfica

Frequência com que desiste de exigir seus direitos



Razões para Desistir de exigir seus Direitos:



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Desistência em exigir Direitos, mesmo sabendo que tinha razão

Na análise regional, 13% dos entrevistados do Sul afirmaram sempre desistir de fazer valer seus direitos, tendo processos demorados (40%) como principal motivo. No Norte, 11% relataram sempre desistir, também citando processos demorados (50%) como a razão mais frequente para a desistência.

Por Total

Frequência com que desiste de exigir seus direitos

	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Sempre	7%	6%	13%	3%	9%	11%
Quase sempre	11%	7%	20%	9%	14%	31%
Algumas vezes	24%	22%	22%	20%	23%	39%
Poucas vezes	19%	19%	13%	30%	15%	11%
Quase nunca	9%	8%	3%	25%	8%	1%
Nunca	30%	38%	29%	14%	32%	7%

Razões para desistir de exigir seus direitos

Razões	Total (878)	Região Geográfica				
		Sudeste (249)	Sul (137)	Centro Oeste (169)	Nordeste (138)	Norte (185)
Os processos são demorados	56%	61%	40%	61%	43%	50%
Por falta de informação	36%	42%	41%	26%	26%	26%
O Valor do prejuízo não compensava	30%	39%	23%	22%	19%	16%
Tinha que gastar dinheiro com advogado	14%	15%	11%	12%	16%	16%
Por falta de apoio dos Órgãos de Defesa	12%	10%	15%	19%	7%	14%
Por desconhecimento das Leis	11%	11%	13%	14%	10%	8%
Por medo de represálias	5%	7%	3%	2%	3%	6%
Muita burocracia / Muito estressante	3%	3%	-	9%	4%	1%

Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

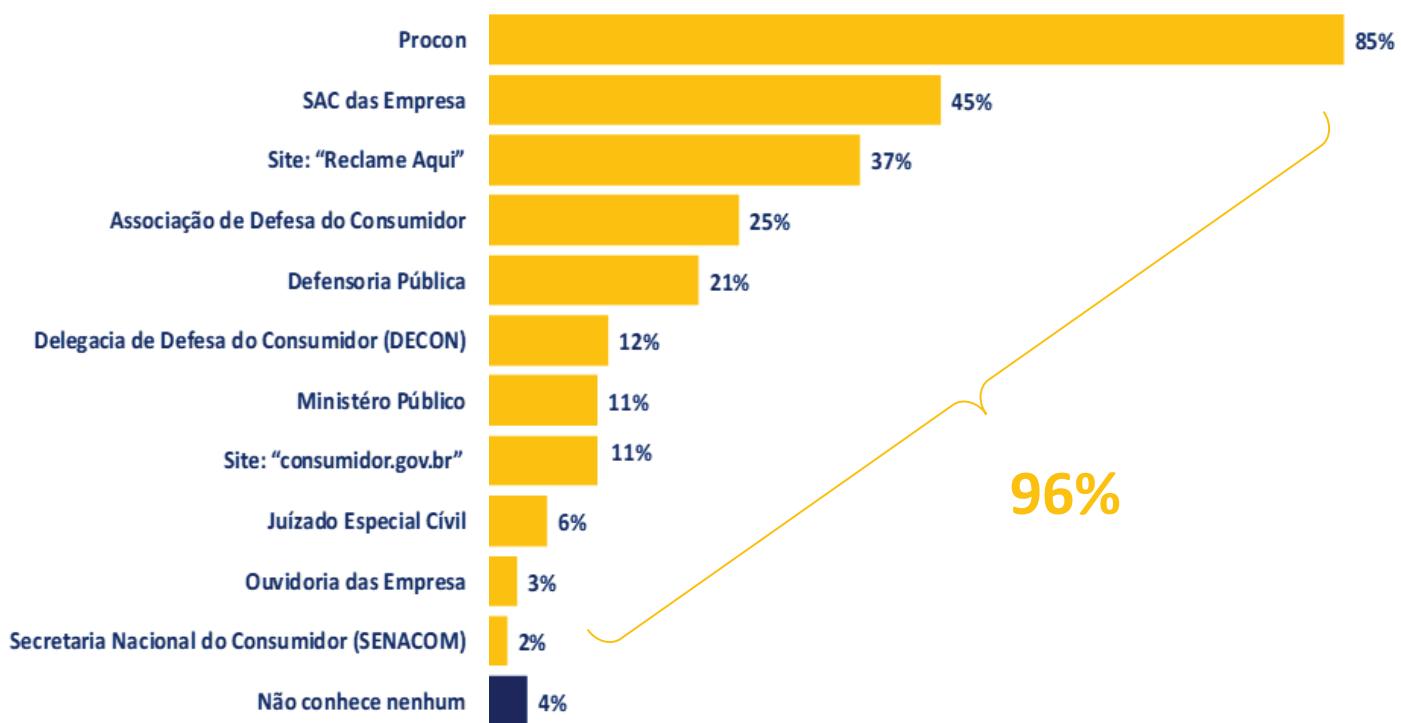
Os Órgãos & Canais de Defesa do Consumidor



O Conhecimento de Órgãos ou Associações de Defesa do Consumidor

85% dos entrevistados indicaram o Procon como o principal órgão de defesa do consumidor a ser procurado para relatar problemas relacionados a produtos e serviços.

Por Total



Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

O Conhecimento dos Órgãos ou Associações de Defesa do Consumidor

De maneira geral, o Procon se destaca como a primeira opção de órgão de defesa do consumidor em todas as regiões do país. Em seguida, os consumidores tendem a procurar diretamente as empresas, com destaque para o Sudeste (56%) e Nordeste (58%).

Por Total e Região Geográfica

	Total (1.200)	Região Geográfica				
		Sudeste (400)	Sul (200)	Centro Oeste (200)	Nordeste (200)	Norte (200)
Procon	85%	87%	67%	77%	84%	96%
SAC das Empresa	45%	56%	12%	35%	58%	8%
Site: "Reclame Aqui"	37%	53%	5%	18%	28%	15%
Associação de Defesa do Consumidor	25%	33%	12%	15%	22%	9%
Defensoria Pública	21%	23%	11%	16%	29%	18%
Delegacia de Defesa do Consumidor (DECON)	12%	12%	3%	15%	18%	6%
Ministério Público	11%	12%	3%	12%	21%	2%
Site: "consumidor.gov.br"	11%	10%	5%	17%	11%	10%
Juizado Especial <u>Cível</u>	6%	7%	-	3%	14%	-
Ouvidoria das Empresa	3%	3%	-	8%	-	-
Secretaria Nacional do Consumidor (SENAF)	2%	1%	-	5%	4%	1%
Não conhece nenhum	4%	2%	23%	6%	2%	1%

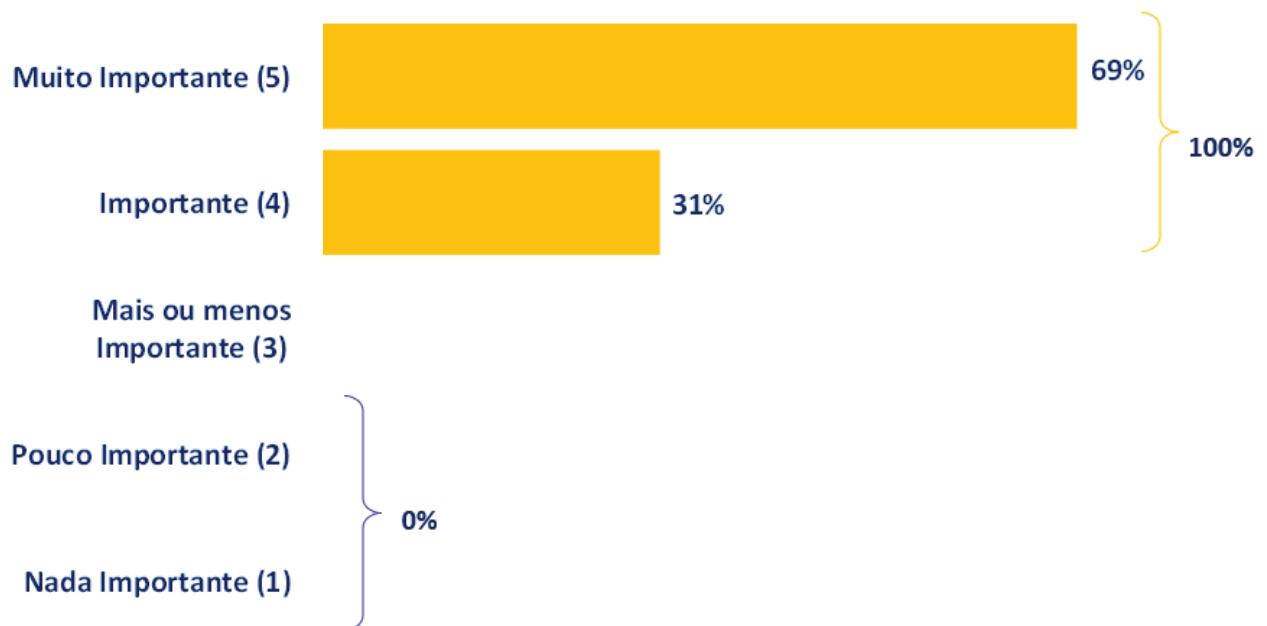
Base: Total da Amostra (1.200 entrevistas)

A Importância dos Órgãos & Associações de Defesa do Consumidor

70% dos entrevistados afirmaram já ter deixado, em algum momento, de exigir seus direitos. Entre as principais razões para a desistência, destacam-se processos demorados (56%), falta de informação (36%) e o valor do prejuízo não compensar o esforço (30%).

Por Total e Região Geográfica

Média na escala de 1 (Nada Importante) a 5 (Muito Importante): 4,69



Base Filtro: Conhece algum Órgão ou Associação de Defesa do Consumidor (1.120 entrevistas)

A Importância dos Órgãos & Associações de Defesa do Consumidor

Por Total e Região Geográfica

Média na escala de 1 (Nada Importante) a 5 (Muito Importante): 4,69

	Total (1.120)	Região Geográfica				
		Sudeste (393)	Sul (151)	Centro Oeste (183)	Nordeste (195)	Norte (198)
Muito Importante (5)	69%	77%	44%	79%	67%	27%
Importante (4)	31%	23%	56%	21%	33%	73%
Mais ou menos Importante (3)	-	-	-	-	-	-
Pouco Importante (2)	-	-	-	-	-	-
Nada Importante (1)	-	-	-	-	-	-
Média	4,69	4,77	4,44	4,79	4,67	4,27

Base Filtro: Conhece algum Órgão ou Associação de Defesa do Consumidor (1.120 entrevistas)



Conclusão

Conclusão

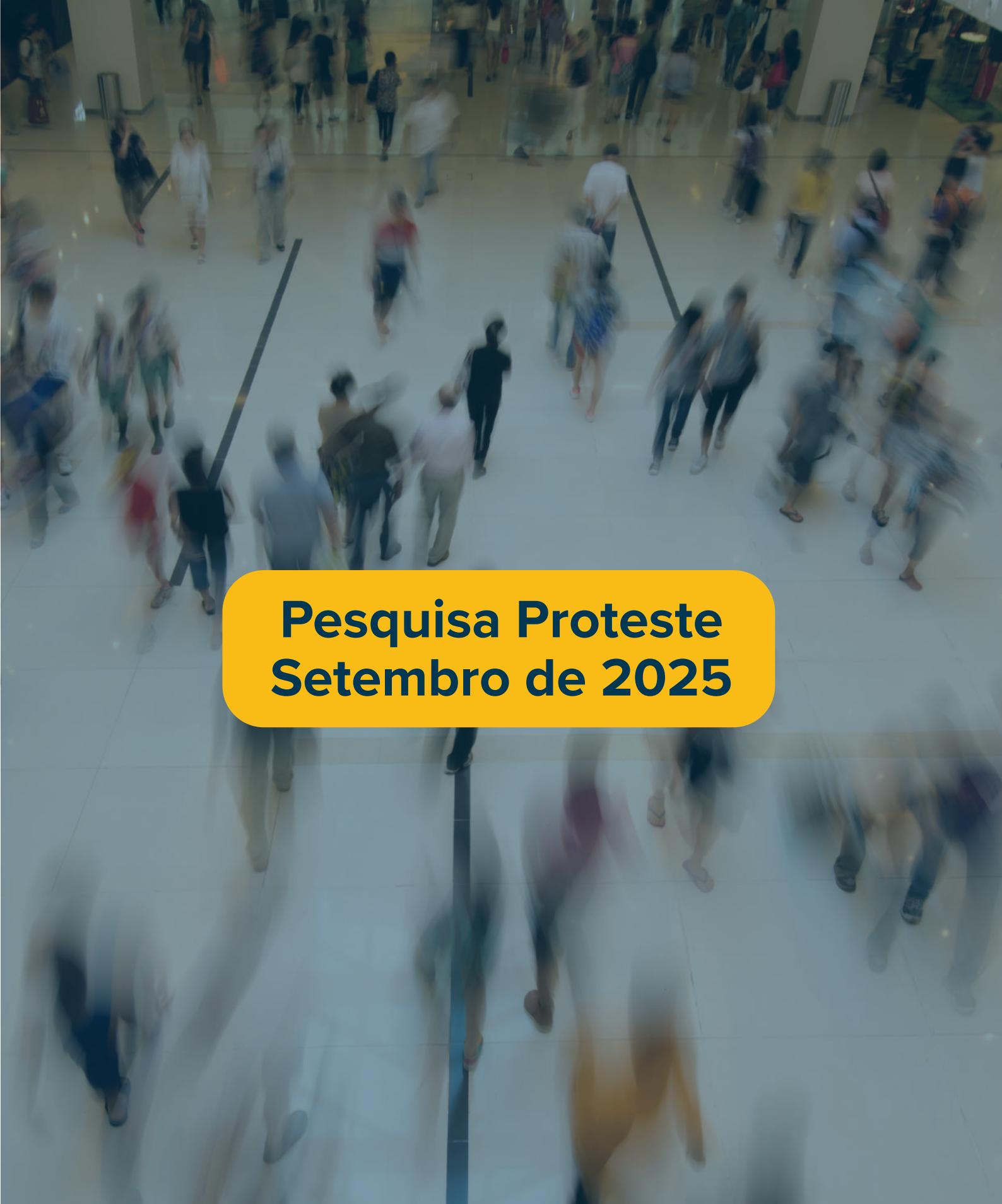
A pesquisa demonstra que os consumidores brasileiros apresentam bom conhecimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), com 57% afirmando já ter utilizado a legislação em situações do dia a dia. A utilização é mais frequente em casos de produtos com defeito (46%), cobrança indevida (29%), problemas em compras online (22%) e propaganda enganosa (17%), evidenciando os principais contextos de aplicação prática do CDC.

Entre os direitos mais valorizados pelos consumidores, destacam-se: atendimento respeitoso e não discriminatório (52% a 61% em algumas regiões), direito à troca ou conserto de produtos com defeito (42% a 61%), proteção contra cobrança indevida (45% Centro-Oeste) e direito de arrependimento (Norte 43%, Sul 45%), refletindo as prioridades dos consumidores e áreas em que a legislação é mais aplicada.

O levantamento também indica que os órgãos de defesa do consumidor permanecem fundamentais, com 85% citando o Procon como referência principal. Além disso, as mídias digitais têm papel crescente na relação entre consumidores e empresas, sendo percebidas como instrumentos que podem aumentar a transparência e acelerar a resolução de problemas, com 60% destacando que ajudam a resolver questões rapidamente. Entretanto, a percepção geral é de que o CDC ainda é mais respeitado no comércio físico (59%) do que no digital (13%), mostrando a necessidade de atenção especial às compras online e novos canais de consumo.

A pesquisa aponta ainda que 89% dos consumidores acreditam que o CDC precisa ser atualizado, especialmente para contemplar melhor os direitos na economia digital, como compras online, e-commerce, transações via Pix e redes sociais.

Em síntese, a pesquisa confirma que o CDC é amplamente reconhecido e utilizado, que os direitos mais valorizados refletem questões de atendimento, troca de produtos e proteção contra cobranças indevidas, e que o ambiente digital é um elemento cada vez mais relevante na efetivação desses direitos, reforçando a importância de manter informação e acesso facilitados para todos os consumidores, bem como a necessidade de atualização da legislação para o novo cenário digital.



Pesquisa Proteste Setembro de 2025

proteste



euroconsumers
BRASIL